Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE ESPAÑA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
INÉS LORENZO

REDACTORA JEFE CECILIA CASERO

MODA
DIRECTORA DE MODA SARA HERNANDO
REDACTORA JEFE DE MODA NUALA PHILLIPS
ESTILISTAS MARTA BAJO, PATRICIA LÓPEZ
REDACTORAS NURIA LUIS, ALEXANDRA LORES
COMMERCE EDITOR MAYTE SALIDO

BELLEZA
DIRECTORA DE BELLEZA ANA MORALES
REDACTORAS VIOLETA VALDÉS, LAURA SOLLA

CULTURA
EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ

ESTILO DE VIDA
GARBIÑE CONTINENTE

SENIOR MANAGER AUDIENCE DEVELOPMENT MARINA VALERA
SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA ANA GÁNDARA

JEFE DE EDICIÓN Y CIERRE PEDRO SÁNCHEZ DE COS
ADAPTACIÓN Y TRADUCCIÓN ESTHER GIMÉNEZ
TALENT ASSOCIATE EDITOR INGRID DE LA PUENTE
SENIOR CONTENT OPERATIONS MANAGER BEATRIZ DE ASÍS
CONTENT OPERATIONS MANAGER LUCÍA PREGIGUEIRO
CONTENT OPERATIONS ASSOCIATE JUAN ALBERTO FUENTES
ADMINISTRACIÓN MARGARITA TOFIÑO
VISUALS EDITOR & PHOTO STUDIO DIRECTOR REYES DOMÍNGUEZ
STUDIO ASSOCIATE SILVIA DE LA ROSA
VISUALS EDITOR JULIETA SARTOR

ARTE
LORETO DOMÍNGUEZ

COLABORADORES
DODIE KAZANJIAN, GILES HATTERSLEY, DAVIG GÓMEZ MAESTRE, ETHAN JAMES GREEN, ANNIE LEIBOVITZ, MARK KEAN, SEBASTIÁN FAENA, SANTI SIERRA, CÉSAR SEGARRA, HELENA CONTRERAS, LAW ROACH, ROBBIE SPENCER, TABITHA SIMMONS, JESS MONTERDE, JUDITH RIAL

CONDÉ NAST ENTERTAINMENT
HEAD OF PROGRAMMING & DEVELOPMENT MARCOS CHAMIZO
VIDEO DEVELOPMENT LEAD, VOGUE JULIA PÉREZ
PROGRAMMING LEAD DAVID FERNÁNDEZ
PRODUCCIÓN SARA RAMOS
EDICIÓN ALMUDENA MOLERO

PRODUCCIÓN
SENIOR PRODUCTION MANAGER ENRIQUE GRAU DÍAZ TRÍAS
FERNANDO BOHÚA, JUAN IGNACIO BOCOS

VOGUE GLOBAL
ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAÚL MARTINEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, AMERICA CHLOE MALLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN KAZUMI ASAMURA HAYASHI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA KARLA MARTÍNEZ DE SALAS
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

VICE PRESIDENT, GLOBAL OPERATIONS AND CONTENT STRATEGY LOUISA PARKER-BOWLES
VICE PRESIDENT, GLOBAL CONTENT BUSINESS OPERATIONS CHRIS DIPRESSO MORRA
GLOBAL CONTENT STRATEGY ADVISOR ANNA-LISA YABSLEY
GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH
GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES
GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS
GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM
GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY
GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE
GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM
VICE PRESIDENT, HEAD OF VIDEO THESPENA GUATIERI
GLOBAL DIRECTOR, SOCIAL MEDIA SAM SUSSMAN
GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENESI
GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTORS CAITLIN BRODY, SERGIO KLETNOY
GLOBAL DESIGN DIRECTOR PARKER HUBBARD
DIRECTOR OF CONTENT PLANNING MILLY TRITTON
GLOBAL DESIGN DIRECTOR (EUROPE) JAN-NICO MEYER
GLOBAL VISUALS DIRECTOR (EUROPE) JAMIE SPENCE
EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR VICTORIA WILLAN
ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE ESPAÑA

CHIEF BUSINESS OFFICER ELENA FERRERAS

FASHION AND LUXURY
DIRECTORA COMERCIAL DE VOGUE Y CATEGORY LEAD DE FASHION AND LUXURY CLARA MONTOYA
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, FASHION AND LUXURY LAURA CAPÓ, JUDITH MASES, GEMA CAMACHO

HEALTH AND BEAUTY
DIRECTORA COMERCIAL DE GLAMOUR Y CATEGORY LEAD DE HEALTH AND BEAUTY PATRICIA VEGA DE SEOANE
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, BEAUTY AND HEALTH SUSANA HERNÁNDEZ, NOELIA GONZÁLEZ, CAROLINA PÉREZ, MARÍA GIL DE BIEDMA

CULTURE AND LIFESTYLE
DIRECTORA COMERCIAL DE GQ Y CATEGORY LEAD DE CULTURE & LIFESTYLE ESTHER GONZÁLEZ
DIRECTORA COMERCIAL DE VF Y ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER FOR VICE AMAIA MURUAMENDIARAZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, CULTURE & LIFESTYLE ISABEL VALCÁRCEL, SANDRA PALOMO

HOME AND TRAVEL
DIRECTORA COMERCIAL DE AD Y CATEGORY LEAD DE HOME AND TRAVEL LAURA VELASCO
DIRECTORA COMERCIAL DE TRAVELER VICTORIA ÁLVAREZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER TRIANA PARÍS

COORDINACIÓN JOSEFINA PARCO

DELEGADA ITALIA ELENA MARSEGLIA
DELEGADA NORTE ANA LÓPEZ

CONDÉ NAST COMMERCIAL CREATIVE SPAIN
DIRECTOR JORGE MADRID
HEAD OF OPERATIONS & SPECIAL PROJECTS MARÍA JIMÉNEZ
BRAND MARKETERS RAQUEL PLAZA, VERÓNICA MARTÍN MOLINA
HEAD OF PUBLIC RELATIONS VERENA BUSTILLO
DELIVERY MANAGER LAURA GARCÍA
PRODUCTION MANAGER RUTH VARILLAS

CONDÉ NAST EUROPE
DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE ANITA GIGOVSKAYA
SVP PEOPLE EUROPE DAVID DE LA IGLESIA
VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE LINA CALZADO
VP FINANCE BUSINESS PARTNERING RAQUEL MARTÍN
HEAD OF LEGAL EUROPE DANIELLA PALLETI
DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS RAFAEL MARTÍNEZ
SENIOR DIRECTOR, AUDIENCE PLANNING, EMEA & MÉXICO/LATAM LUIS PERALTA

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
CONSUMER MARKETING DIRECTOR BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN
DIRECTORA DE PEOPLE ANA RUIZ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN ALBERTO PEREIRA

PUBLICADO POR CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH
CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE
CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR
CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN
CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN
CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG
CHIEF PRODUCT AND TECHNOLOGY OFFICER VASANTH WILLIAMS
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

EDICIONES
ALEMANIA AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE **ESPAÑA** AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **ESTADOS UNIDOS** AD, ALLURE, ARS TECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIOUS, GLAMOUR, GQ, PITCHFORK, SELF, TEEN VOGUE, THEM, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **FRANCIA** AD, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **INDIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **ITALIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **JAPÓN** GQ, VOGUE, WIRED **MÉXICO Y LATINOAMÉRICA** AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED **ORIENTE MEDIO** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE, WIRED **REINO UNIDO** CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED **TAIWÁN** GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN
BRASIL GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO LICENCIA O COLABORACIÓN DE DERECHOS
ADRIA VOGUE **AUSTRALIA** GQ, VOGUE **BULGARIA** GLAMOUR **CHINA** AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, VOGUE **COREA** ALLURE, GQ, VOGUE **ESCANDINAVIA** VOGUE **FILIPINAS** ALLURE, VOGUE **GRECIA** VOGUE **HONG KONG** GQ, VOGUE **HUNGRÍA** GLAMOUR **PAÍSES BAJOS** VOGUE **POLONIA** AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE **PORTUGAL** GQ, VOGUE **REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA** VOGUE, WIRED **SINGAPUR** VOGUE **SUDÁFRICA** GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN **TAILANDIA** GQ, VOGUE **TURQUÍA** GQ, VOGUE **UCRANIA** VOGUE

EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012
IMPRESIÓN: ROTOCOBRHI. RONDA DE VALDECARRIZO, 13. TRES CANTOS. 28760. MADRID. TEL. 918 031 676. SOBREPRECIO PARA CANARIAS: 0,20 €.

PRECIO DE SUSCRIPCIÓN: 66 €. TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: +34 983 008 401

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP, MADRID 2025.

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
(PUBLICIDAD Y REDACCIÓN) PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11 28046 MADRID.

VOGUE ESPAÑA NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERTIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA SU CITA, REPRODUCCIÓN, EDICIÓN O TRANSMISIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO Y EN CUALQUIER SOPORTE SIN LA AUTORIZACIÓN ESCRITA DE EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. AUN CITANDO LA PROCEDENCIA. DIRÍJASE A CEDRO SI NECESITA REPRODUCIR ALGÚN FRAGMENTO DE ESTA OBRA: WWW.CONLICENCIA.COM. DEPÓSITO LEGAL: M-25788-2012 / ISSN 0750-3849

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. ES UNA EMPRESA SOSTENIBLE CERTIFICADA POR:

AENOR Gestión Ambiental UNE-EN ISO 14001 GA-2012/0389
PEFC/14-38-00159
AENOR HACIA RESIDUO CERO RC-2020/0017
RECICLA Al Azul
Asociación de Revistas

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

SUMARIO

Mayo



Arriba y en portada, Nicole Wallace lleva top Monogram de 'jacquard', de LOUIS VUITTON.

Fotografía: DAVID GÓMEZ-MAESTRE. *Estilismo: Helena Contreras. Peluquería: Jesús de Paula (Cool Producciones) para Kérastase. Maquillaje: Manuela Pane (Kasteel Management) para Dior Beauty. Ayudante de estilismo: Paloma Gutiérrez. Producción: Sample. Agradecimiento: Hotel Ritual de Terra Moraira.*

26 CARTA

28 HAN COLABORADO

EN VOGUE

30 TENDENCIAS
La primavera da la bienvenida a los 'looks' más románticos de las colecciones de 'pre-fall' 2026.

60 FIRMA
La Veste, el proyecto de Blanca Miró y María de la Orden cumple ocho años de madurez.

68 COLABORACIÓN
Guess Jeans une fuerzas con la firma nipona Hysteric Glamour.

AGENDA

70 RETROSPECTIVA
La Fondation Louis Vuitton celebra la figura de Alexander Calder y su exploración de la fragilidad, el movimiento y la luz.

74 CINE
Los entresijos de la semana de la moda, al descubierto en 'Couture', de la directora Alice Winocour.

78 MÚSICA
Lapili consolida su estilo propio, reivindicativo y tierno, en 'Miss Fatty Fairy', su segundo disco.

BELLEZA

80 PRIMERA PERSONA
Medicina integrativa, un enfoque holístico que conecta experiencias de vida con la biología del cuerpo y puede ayudar a cambiar hábitos.

84 MULTITAREA
El nuevo 'wellness': abandonar el deseo de llegar a todo y ser excepcional en favor del bienestar.

86 SEXUALIDAD
El sexo a partir de los 50, un lugar placentero que no siempre se ve afectado por los cambios fisiológicos.

88 FOTOPROTECCIÓN
Los filtros solares llegan con nuevas fórmulas, texturas y acabados y formatos.

90 COSMÉTICA
Los 'lip oils' con fórmulas que aúnan tratamiento y pigmento lideran la tendencia.

94 ANIVERSARIO
La fragancia superventas Good Girl, de Carolina Herrera, celebra diez años de fama.

96 PERSONAJE
La escritora y creadora digital Leandra Medine Cohen y su visión pragmática de la belleza.

Revistas.PeruRadio.net.pe



loropiana.com

Loro Piana

Revistas.PeruRadio.net.pe



THE NEW INTENSE FRAGRANCE

Revistas.PeruRadio.net.pe



Arriba, las modelos Bibi Breslin y Abby Champion, ambas con 'total looks' de PRADA.

98 PERFUME
Lumière d'Issey, el 'eau de parfum' floral de Issey Miyake.

LIVING

100 GASTRO
La chef Vero Gómez saca libro de recetas y se confirma como todo un referente en redes.

104 ALOJAMIENTO
Hotel Corazón, el refugio mallorquín donde desconectar que regenta la fotógrafa Kate Bellm.

MODA Y REPORTAJES

108 NICOLE
Nicole Wallace reflexiona sobre su meteórico ascenso y su relación con una fama global.

128 UN ESPACIO PROPIO
El Met otorga un lugar protagonista a las nuevas galerías del Costume Institute. En la expo 'Costume Art', moda y arte dialogan de tú a tú.

150 ESTILO LIBRE
Las siluetas más seductoras de la primavera, interpretadas por actrices, activistas, artistas y modelos.

158 DIBUJO DEL NATURAL
La figura humana, núcleo central de 'Costume Art', la expo del Met.

164 EL CUERPO MENGUANTE
Los tiempos actuales nos han devuelto a un panorama con escasa diversidad corporal.

168 LA EDAD DE LA RAZÓN
Rebosante de ironía, Charlotte Rampling reescribe una vez más el guion de su vida a los 80.

180 RENDIRSE A LA INTUICIÓN
El personal universo creativo de la artista Bea Bonafini en el que el color, la experimentación y una cierta dosis de caos actúan como guías para conectar con uno mismo.

188 ALTAS DOSIS DE AMISTAD Y DOPAMINA
Elísabet Benavent publica 'Una niña buena', una novela con todos los ingredientes de la nueva ficción romántica.

194 EL DÍA DESPUÉS
Tras la Gala del Met no hay compromisos: día de relax, servicio de habitaciones y fiesta de pijamas.

210 EL DESEO
El bolso regadera de rafia y piel de la colección Paula's Ibiza de Loewe.

Revistas.PeruRadio.net.pe



CAROLINA HERRERA

Revistas.PeruRadio.net.pe

Por Inés Lorenzo

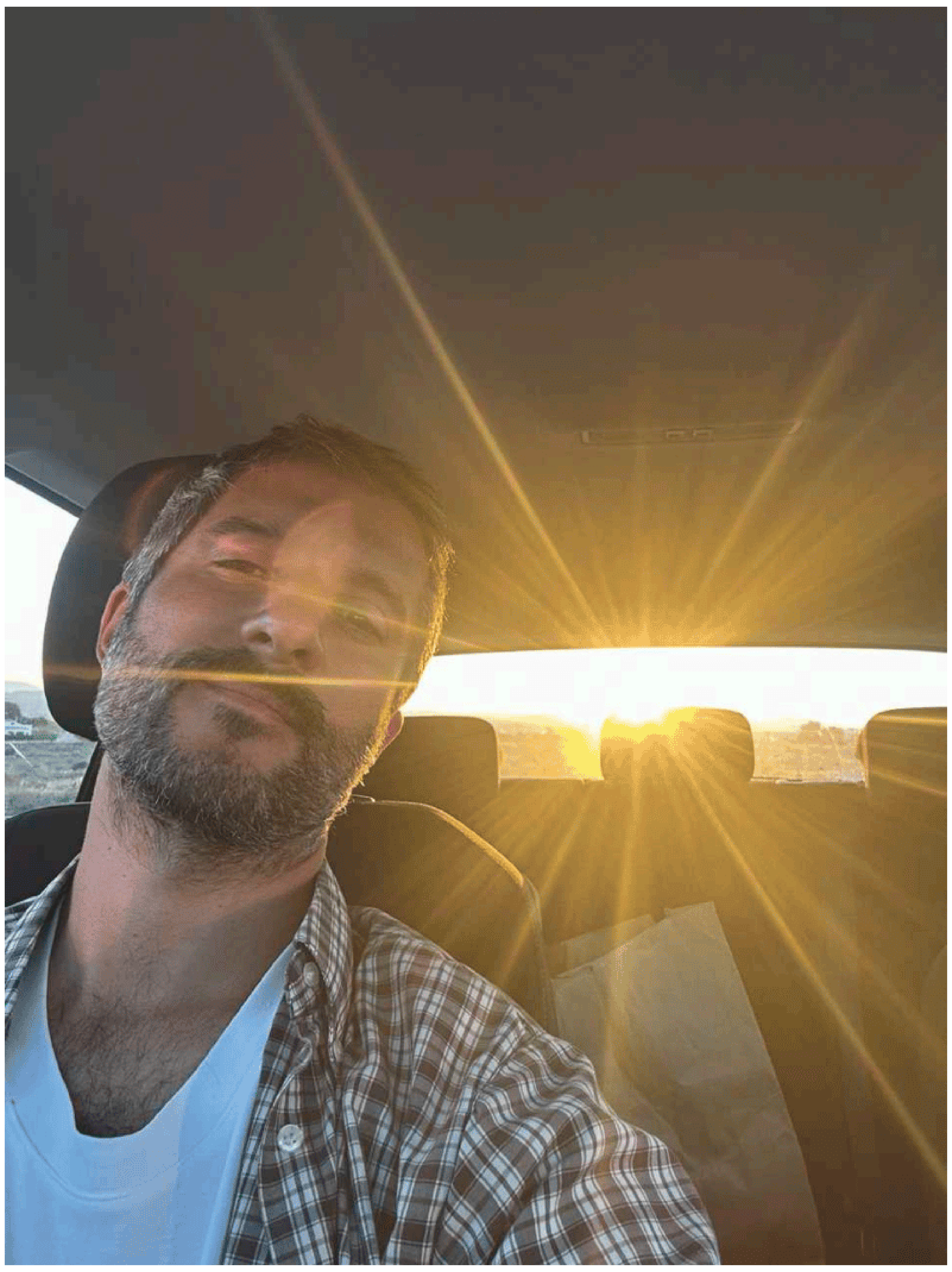


Nicole Wallace lleva traje de baño y pendiente, ambos de CHLOÉ.

No soy capaz de señalar la primera vez que NICOLE WALLACE *apareció en las páginas o la web de 'Vogue', pero me siento más que avalada para recitar ese "nosotros la vimos primero", porque han sido muchas, y muy variadas, las ocasiones en las que su magnético rostro emergió desde esta cabecera, antes de que todo pasara, con una gracia y naturalidad que hoy, damos fe, se mantienen intactas. Primero como niña haciendo de niña –porque si algo ha estado siempre es muy bien arropada y asesorada–, después como actriz incipiente y hoy ya como estrella consolidada. Todos, también Nicole, sabíamos que esta portada llegaría; la única pregunta era cuándo. Su papel en la emblemática 'La casa de los espíritus', un proyecto de ambición mundial para un nombre que hace tiempo dejó atrás el carácter de mito local, se presentó como la ocasión perfecta. Nicole Wallace es ya un ídolo de masas, pero con una mentalidad de culto que no renuncia a denunciar y señalar las taras de un ecosistema a veces cruel, que insiste en someterse a los mismos errores. La falta de diversidad corporal es uno de ellos, y por eso la voluntad de retratarla en un evento del alcance de la exposición anual del* COSTUME INSTITUTE *del Metropolitan de Nueva York –un recorrido por la relación entre arte y moda, desde una ambiciosa perspectiva de inclusión– es digna de celebrar. La cita anual es ya una excusa masiva capaz de multiplicar el consumo de internet, pero también de acercar a grandes cifras de visitantes a uno de los mejores museos del mundo. Cerramos el círculo de datos estratosféricos con otro fenómeno patrio, el de* ELÍSABET BENAVENT. *Nadie como ella para desgranar las claves de su estallido de popularidad, toda una historia de éxito, en las estanterías y en las pantallas. ¿Quién dijo nicho?*

FOTO: DAVID GÓMEZ-MAESTRE. ESTILISMO: HELENA CONTRERAS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



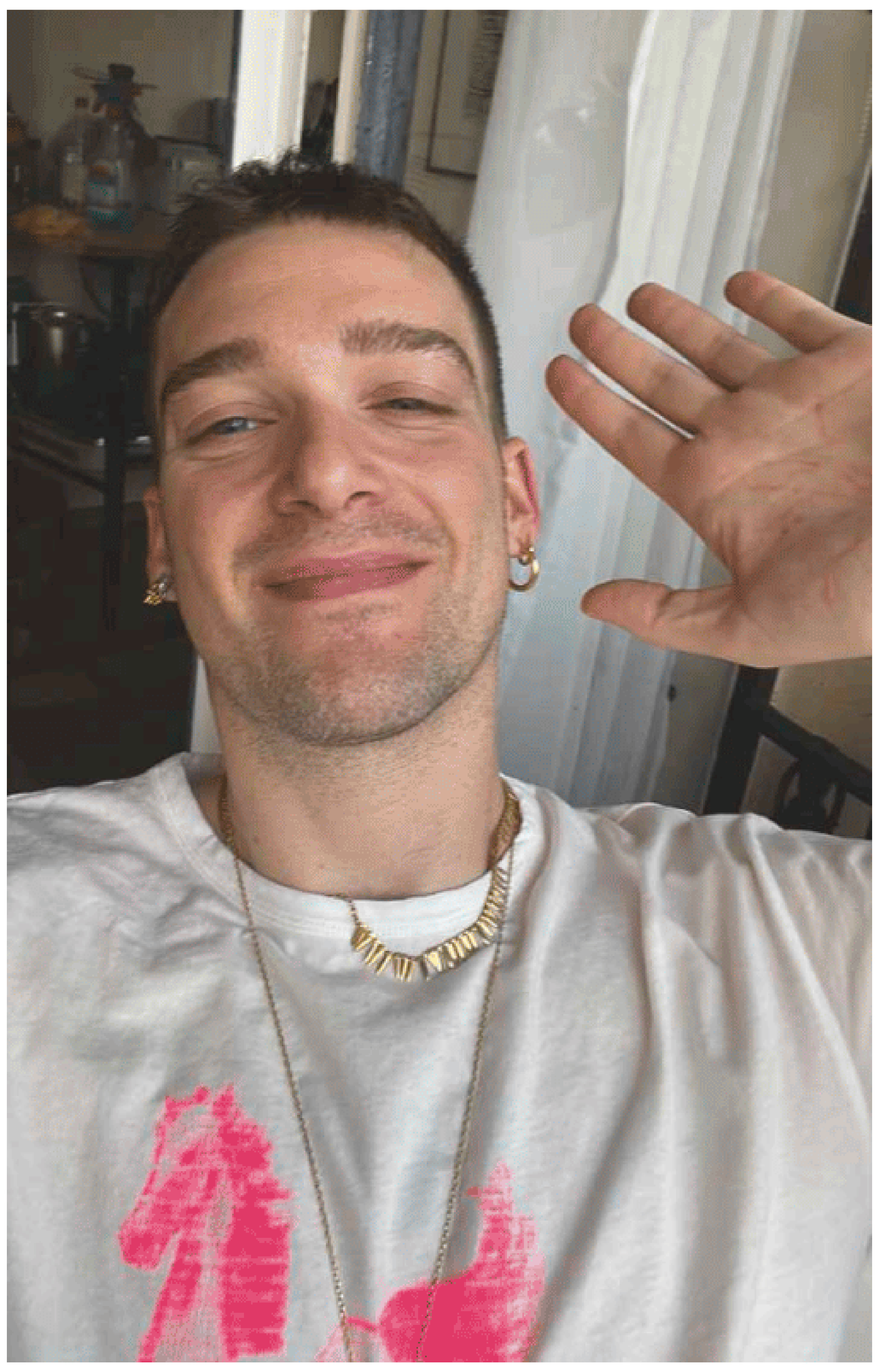
David Gómez-Maestre

El alicantino vuelve a las páginas de *Vogue* España para firmar una primera vez: la portada debut de la actriz Nicole Wallace en esta cabecera, como ya ocurriera con Amaia el año pasado. "A pesar del madrugón, las difíciles rocas y los resbalones en el agua fue una sesión muy íntima y relajada gracias a Nicole y al equipo al completo que lo dio todo. Dos días en las colinas del Mediterráneo que quedarán grabados en mi memoria con mucho cariño", recuerda Gómez-Maestre sobre las dos jornadas en las que se hizo la magia que puede verse en el amplio reportaje *Nicole.* → 108



César Segarra

El fotógrafo, genialmente dotado para capturar interiores carismáticos, fue el encargado de inmortalizar a la creadora Bea Bonafini en su estudio de Barcelona al hilo de su incipiente exposición en Valencia. "Siempre es interesante retratar a artistas en sus espacios personales para descubrir quiénes son más allá de su trabajo", explica sobre estos lugares tan especiales. El resultado está en *Rendirse a la intuición.* → 180



Santi Sierra

Con un estilo personal y rompedor, Sierra pone su mirada al servicio de las prendas más románticas de la temporada en el editorial que abre este número. "Tuve un *crush* total con Rolf, la modelo que protagoniza las fotos, hubo muchísima sinergia, fue puro *fun*, optimismo y color. ¡Risas todo el rato!", cuenta con emoción sobre la sesión de fotos. Todo ese despliegue vibrante puede verse en *¡Lo quiero!* → 30

Jèss Monterde

La estilista catalana vuelve a las páginas de *Vogue* España para vestir a Bea Bonafini con unos *looks* altamente energéticos, como sus obras. "No me puede gustar más rodearme de mujeres artistas, entrar en sus talleres y mundos y poder representarlos mediante la moda, su estilo, su lenguaje visual, como hice en este tema con los colores por ejemplo", reconoce. Este maridaje cromático, en *Rendirse a la intuición.* → 180





Helena Contreras

Después de estrenarse en la portada de esta cabecera con las mujeres del flamenco el pasado mes de diciembre, Contreras vuelve para idear la moda del reportaje con Nicole Wallace. "Fue mi primera vez trabajando con David y la segunda con Nicole, y todos pusieron el trabajo muy fácil. Ambos tienen una calidez y una manera de estar que hace que todo sea sencillo. Celebro los equipos así, son un regalo". *Nicole.* → 108

FOTOS: D.R. TEXTO: BLANCA SERRANO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta página, Rolf lleva chaqueta, jersey y falda de seda y cachemir, zapatos de piel y pendientes de metal, todo de CHANEL. *En la página siguiente, bolso de metal, de* CHANEL.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Vestido de 'jacquard' con cristales, de VALENTINO; *gafas de* MÓ; *y pendientes Marion, de* THEODÓRE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Bombonera con diseño floral, de LOLA CASADEMUNT BY MAITE; *y tela de* LEE JOFA *de* KRAVET *en* GASTÓN Y DANIELA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Vestido de punto de seda, de GIVENCHY BY SARAH BURTON; *pendientes de* THEODÓRE; *gafas de sol de* VALENTINO GARAVANI; *y bolso Abanico de piel, de* LUPO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Camiseta de algodón, de CHANTELLE; *vaqueros de* LEVI'S; *pendientes, collar, anillo y pulsera, todos de oro amarillo con diamantes, de* SUAREZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Vestido de TINTORETTO *en* EL CORTE INGLÉS; *gafas de sol, de* GUCCI; *pendientes de* PAULET; *y collar de* CHLOÉ.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Top de 'georgette' de seda y pantalón de terciopelo elástico, ambos de CHLOÉ; *pendientes de oro rosa con lapislázuli, malaquita, prasiolita, diamantes brown y blancos, collar de oro rosa con esmeralda central y orla de diamantes, collar de eslabones de oro amarillo, collar de oro amarillo, anillo de oro rosa con malaquita, ónix, prasiolita y diamantes, anillo de oro rosa con ónix negro, y anillo de oro amarillo, y pulsera de eslabones de oro amarillo, todo de* RABAT.



Top de lana y seda satinada, pantalones de lana, pendientes Hortensia de metal con acabado plateado y resina blanca, y mocasines Médaillon con hebilla, todo de DIOR.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Cárdigan, pantalones y gafas de sol, todo de LOUIS VUITTON; *y silla Italia 1960, de* BERENIS.

Revistas de Modas .net.pe



VERSACE
CRYSTAL EMERALD

Revistas.PeruRadio.net.pe

Blusa bordada, de ZARA*;*
collar B.zero1 de oro
amarillo con diamantes,
pulseras B.zero1 de oro
amarillo y blanco, anillos
B.zero1 de oro amarillo
con diamantes, todo
de BVLGARI.



Revistas.PeruRadio.net.pe

Sobrecamisa vaquera de FENDI; *blusa de* ZARA; *pendientes de* ISABEL MARANT; *y reloj Aquaracer Professional 300 DateAutomático 42 mm de acero, de* TAG HEUER.



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Blusa, cinturón de piel y anillos, todo de MANGO; *pantalón de piel, de* HERMÈS; *pendientes de* BIMBA Y LOLA; *y collar de* THEODÓRE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Mocasín Dior Médaillon con hebilla, de DIOR.



Revistas.PeruRadio.net.pe



Bolso Pasticcino de piel, de WEEKEND MAX MARA; *mesa en* GALLERY CURIOSITY KILLED THE CAT; *y tela de* SANDERSON.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Chaqueta Farza de piel, de ISABEL MARANT; *y pendientes de* BIMBA Y LOLA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Sujetador, braga y 'short' de lino, todo de PRADA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Zapatos de piel, todos de BIMBA Y LOLA; *y tela de* LEE JOFA *de* KRAVET *en* GASTÓN Y DANIELA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Cárdigan, chaleco de punto y 'leggings' de cachemir, todo de FALCONERI; *camiseta de* INTIMISSIMI; *collares de oro, Collar 5 minipsheres de oro, ambos de* SANSOEURS; *cinturón de* SUSMIE'S; *y bailarinas de* ABOUT ARIANNE. *En esta página, y en las anteriores, alfombra Renzo de algodón, de* LA REDOUTE INTERIEURS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Americana de MANGO; *falda de* LIU·JO; *gafas de sol de* ETNIA BARCELONA; *pendientes y anillos, ambos de* PAULET.

Peluquería y maquillaje: Fidel Fernández (Another Agency) para Dior Beauty. Ayudante de fotografía: Juankar Gibson. Ayudante de estilismo: Amalia Aldanondo. Ayudante de producción: Marta Diaz. Modelo: Rolf (Francina Models). Agradecimientos: The Palace Hotel, Madrid.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En todas las imágenes, Carlota Marañón lleva joyas de **Tous** y **Sofía Hamela** piezas de **Pandora**. Y su fragancia **Zadig L'Intense** de **Zadig & Voltaire.**

Volar más ALTO

Cuando la amistad se convierte en el pilar sobre el que se sostiene el éxito: el viaje de Carlota Marañón y Sofía Hamela

Fotografía **PEPE HERREROS** *Estilismo* **BERTA ÁLVAREZ**

Revistas.PeruRadio.net.pe



San Sebastián. Dos amigas, un viernes cualquiera. Risas, fotos improvisadas y la sensación de que el mundo todavía está por inventarse. Una historia que empieza sin saberlo con dos protagonistas: Carlota Marañón (1998) y Sofía Hamela (1997). No hay estrategia, ni audiencia, tampoco un plan que explique lo que están haciendo, solo intuición, curiosidad y esa complicidad que nace cuando dos personalidades totalmente distintas descubren que juntas todo es más divertido y es que, aunque rara vez coinciden en gustos, hay algo que las une aún más: su fragancia Zadig L'Intense de Zadig & Voltaire.

"Recorrer este camino juntas es un lujo", explica Hamela, "nos hemos visto evolucionar en cada etapa, celebramos los logros de la otra como si fueran propios y nos sostenemos cuando las cosas no salen como esperamos". Para Marañón, la historia tiene algo de fantasía cumplida: "Es el sueño de cualquier niña que imaginaba una vida idílica con su mejor amiga. No es solo por las oportunidades, es vivirlas con alguien que forma parte casi de tu familia. Somos un equipo".

En el camino han aprendido que crecer significa sostenerse. Cuando una duda, la otra empuja; cuando una se lanza, la otra aplaude. Su relación habita un equilibrio casi intuitivo, donde la admiración mutua marca el compás de todo lo demás. En una industria acostumbrada a medirlo todo ellas han elegido otra escala: la del cariño, la admiración y los sueños compartidos. Si algo han aprendido juntas es que el éxito sabe distinto cuando se alcanza de la mano. "Creo que siempre intentamos ensalzar a la otra. Sus sueños se vuelven los míos y viceversa", dice Carlota. Sofía lo resume con sencillez: "Crecer acompañadas hace que todo pese menos".

Quizá por eso, cuando imaginan el futuro, no hablan tanto de metas como de preservar lo esencial, porque cuando la amistad es real, no solo acompaña en el camino, sino que lo hace posible.



Sofía lleva una chaqueta y top de **Zadig & Voltaire** y culotte de **Zara** y Carlota un jersey de **Zadig & Voltaire**, falda de **Zara** y botas de **Alma en Pena**.



Zadig L'Intense de **Zadig & Voltaire.**

TEXTO: TERESA ROMERO. CREATIVIDAD: RAQUEL PLAZA. MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: HELENA LIÉBANAS Y SARAY SOJO (COOL PRODUCCIONES).
PRODUCCIÓN CREATIVA: CECILIA GONZÁLEZ. ADVERTISING SALES: CAROLINA PÉREZ PROJECT MANAGEMENT: BEATRIZ MEJUTO Y NEREA MAROTO.
AYTE. FOTOGRAFÍA: LORA SENOVA AYTE. ESTILISMO: SANDRA PARDO. DISEÑO: ISABEL ACERETE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



BLANCA MIRÓ *y* MARÍA DE LA ORDEN *llevan desde 2018 dando forma al universo de* LA VESTE. *Con un espacio físico en París y otro recién inaugurado en Madrid, no hay duda de que más que jugar, se han pasado el juego. Por* NUALA PHILLIPS.

Mono de lentejuelas Pippi, de LA VESTE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

D

ecía el productor de cine Darryl F. Zanuck que si dos socios siempre están de acuerdo, uno de ellos sobra. Pero si siempre están en desacuerdo, entonces, sobran los dos. Blanca Miró y María de la Orden son socias, pero sobre todo son amigas. Y quizás precisamente por eso han sabido encontrar ese delicado equilibrio entre estar de acuerdo y disentir. "Las dos tenemos estilos muy diferentes, pero estamos muy mimetizadas. Pensamos muy parecido, son muchos años juntas ya. Nos respetamos mucho", defiende Miró mientras De la Orden complementa su respuesta en un ejercicio que no hace más que reforzar su argumento: "Sí, confiamos totalmente la una en la otra. De hecho, si Blanca va a organizar un *shooting* y yo no voy a poder estar, cierro los ojos y confío plenamente. Las dos tenemos muy integrado en qué consiste nuestro universo y hacia dónde vamos".

El universo del que habla María no es otro que el de La Veste, la firma que ambas lanzaron en 2018. En pleno 2026, su proyecto es ya un negocio a pleno rendimiento, con tienda física en París y, desde el pasado 25 de marzo, también en Madrid, donde acaban de inaugurar local como muestra de un proceso de expansión que no tiene previsto bajar el ritmo. "Desde que incorporamos a nuestra CEO, Sofía García-Gallardo, en 2022, la empresa se ha profesionalizado enormemente. Las colecciones han crecido y todo está más medido", cuenta Blanca Miró, que combina su rol creativo en La Veste con otro en la firma de gafas Delarge y su faceta como prescriptora de estilo. María de la Orden, por su parte, también cuenta con una firma homónima que triunfa entre invitadas y ha lanzado Maison Ola –centrada en sombreros y tocados– y la marca de joyas Daphine. "Intentamos compaginarlo todo. También la familia, ¡que es como una segunda empresa!", bromea Blanca. "Poco a poco te lo vas montando y sale. Además, tanto María como yo somos dos culos inquietos, así que esa también es nuestra vida. Es lo que nos da *vidilla*, el no parar y el estar a 80.000 cosas", continúa.

Entre esas miles de cosas se encuentra también la ya mencionada apertura en Madrid y el lanzamiento de la colección de verano de La Veste, que hace unas semanas veía la luz y que ya está, en gran parte, disponible para la compra. Una propuesta tan colorida como de costumbre que, sin embargo, se percibe como más fiestera y nocturna que en ocasiones anteriores. "Yo creo que siempre hemos ido bastante a nuestra bola", apunta Blanca en referencia a esa estética naíf y descarada que caracteriza su propuesta. "Evidentemente hoy en día es imposible no inspirarse en otras cosas, no vamos a mentir, pero copiar va en contra de nuestros principios y valores. Hemos querido crear nuestro propio universo –muy *playful*– y atraer a un tipo de gente a la que le gusta jugar con la moda, que es algo en lo que yo siempre he creído", admite. Un discurso con el que María coincide al 100 %: "La Veste es una firma para pasárselo bien".



A la izda., Blanca Miró; a la dcha., María de la Orden, socias fundadoras de La Veste.

Tan bien se lo han pasado, de hecho, que aunque en un primer momento la idea de la marca fue centrarse en las *blazers* –es la traducción literal de *veste* en francés–, su imaginario ha ido evolucionando hacia lo que de verdad es la firma hoy: una casa de moda hecha por y para gente que quiere reírse con la ropa. "Nos inspiramos en un mundo *vintage* de piezas ecléticas", dice María. "A Blanca y a mí nos encanta el *vintage*. De hecho, cada vez que viajamos vamos a buscar, ya sea en moda, pero también en decoración, piezas especiales con historia. Nos inspiramos un poco en ese universo mezclado y lleno de color. Siempre queremos transmitir ese punto *fun* de la marca que cada una interpreta a su manera, pero huimos todo lo que podemos de las tendencias", admite.

Pero aunque marcada desde los inicios, esa estética tan suya también ha evolucionado –y mucho– a lo largo de este tiempo. Así, ellas mismas reconocen que a medida que han ido cum-

"Hoy es imposible no INSPIRARSE *en otras cosas, no vamos a mentir, pero copiar va en contra de nuestros* PRINCIPIOS *y valores. Hemos querido* CREAR *nuestro propio* UNIVERSO*".*

Revistas.PeruRadio.net.pe



Bata de playa de rizo y biquini, ambos de LA VESTE.

> "*Continuamos* TRABAJANDO *con talleres* LOCALES *–a veces incluso familiares– porque queremos seguir produciendo en España y apoyando a esta gente con la que ya hemos construido un* VÍNCULO".

pliendo años, la ropa de La Veste ha madurado con ellas. "Hemos mantenido esa misma estética siempre. Creo que de verdad hemos sabido conservarla, pero también hemos sabido reinventarnos y actualizarnos porque hay que estar presente y, sobre todo, madurar esa imagen que quizás en un inicio tenía más marcado ese punto infantil. En la actualidad hemos aprendido a llevárnoslo a nuestro terreno".

Pero ese terreno no es solo figurado. También literalmente La Veste ha querido quedarse cerca. Que sus oficinas centrales se encuentren en Madrid no es casualidad, y es que desde el principio han apostado por la producción local, con varios talleres ubicados por toda la Comunidad. "Todo empezó en casa de mis padres y de una manera muy natural comenzamos a producir cerca", explica María. "Hoy continuamos trabajando con talleres locales –a veces incluso familiares– porque queremos seguir produciendo en España y apoyar a esta gente con la que ya hemos construido un vínculo", prosigue.

Una mentalidad, la de priorizar la confianza, que también han extendido a otra de sus patas de negocio fundamentales: las colaboraciones. De Gucci a Lisa Corti, pasando por *Vogue* Francia, la firma ha encontrado en las colecciones cápsula un nicho en el que no solo se siente cómoda, sino donde también, irónicamente, ha conseguido afianzar su identidad. "Nos encanta colaborar, pero como marca también tienes que ser muy selectiva y no quemarte. No todo vale", admiten. Quizás por eso, lo que viene resulta especialmente apetecible: una alianza con la florista británica Willow Crossley y con una marca de cepillos de pelo. Así es difícil equivocarse.

FOTOS: CORTESÍA DE LA VESTE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



GRASSY
MADRID 1929 - GRAN VÍA 1

Revistas.PeruRadio.net.pe



Su mejor aliado

A punto de estrenar la versión televisiva de 'La casa de los espíritus', la actriz Nicole Wallace, una de las actrices más relevantes de su generación y embajadora de Kérastase, es un claro ejemplo de cómo un cabello cuidado habla por sí solo. Jesús de Paula, su responsable, nos cuenta cómo lo consigue.

FOTO BODEGÓN: PEPE HERREROS. PRODUCCIÓN: RUTH VARILLAS. DISEÑO: CNCC.

Revistas.PeruRadio.net.pe

SUPERHÉROES CAPILARES

De izda. a dcha.: Genesis Sérum Anti-Chute Fortifiant, para cabellos frágiles con tendencia a la caída; Glaze Drops, aceite ligero para una melena suave, con brillo y sin encrespamiento; Elixir Ultime Huile Originale, aceite capilar para todo tipo de cabello en formato recargable y sostenible; Chronologiste Masque Intense Régénérant, mascarilla antiedad que mejora los cinco signos visibles del paso del tiempo; y Nutritive 8h Magic Night Serum, que aporta nutrición y fuerza.



Se enfrenta a cada sesión de fotos, portada o campaña de publicidad con la misma ilusión del principiante. Han pasado casi 25 años desde que comenzara su carrera profesional, pero Jesús de Paula, embajador de Kérastase y responsable de las impresionantes melenas de algunas de las *celebrities* y creadoras de contenido más relevantes del panorama nacional, mantiene intacta la mirada inquieta y la pasión por el cuidado del cabello. Se siente orgulloso no solo de cada trabajo, sino también de la huella que deja en cada *look*, "siempre insisto mucho a todas con cuidarse el pelo", y respira tranquilo cuando ve los resultados de las mujeres que pasan por sus manos. Desde Aitana hasta Clara Galle, Ester Expósito o María Pombo, todas reciben sus consejos: "Les preparo un *kit* con los productos y tratamientos que les recomiendo, les explico cómo aplicarlos y les hago un seguimiento, les escribo y pregunto si lo están cumpliendo, les recuerdo que lleven un sérum pequeño y un protector térmico… Estoy muy pendiente de todas y me alegra cuando veo el cabello muy cuidado. A algunas les envío incluso listas a los rodajes de qué se tienen que aplicar y cómo".



A la dcha., Jesús de Paula, responsable del cuidado del cabello de Nicole Wallace. En la página anterior, la actriz con el aceite Glaze Drops, de Kérastase.

Este proceso lo sigue también con Nicole Wallace, actriz con la que reconoce sentirse muy a gusto colaborando: "Trabajar con ella es muy fácil, todo le parece bien. Tiene un cabello ondulado que necesita bastante hidratación, por lo que siempre le recomiendo los productos de la gama Gloss Absolu: la mascarilla, el acondicionador, el champú, la crema de peinado y el sérum, que es muy ligero. Es una gama que evita el encrespamiento y a la vez potencia mucho el brillo. Ella ha cambiado varias veces de imagen por necesidades de sus personajes y esta rutina de tratamiento le está viniendo muy bien". Habla del cuidado del cabello con determinación y con el convencimiento de la necesidad de ser conscientes del paso del tiempo y de las situaciones extremas a las que a veces se le somete: "Llevamos escuchando toda la vida sobre el envejecimiento y cuidado de la piel, pero nadie te cuenta que el cabello envejece igual y que a veces se acelera por el uso inadecuado de productos químicos. Por eso son muy importantes las rutinas de cuidado".

Las nuevas generaciones son más conscientes de esta necesidad: "Se preocupan mucho de las consecuencias de exponer el cabello en los rodajes. Y también tienen mucho conocimiento de productos. Para ellas es muy importante cambiar, pero también que ese cambio tiene que ir acompañado del cuidado". La exposición mediática y las redes sociales también han cambiado la visión: "Antes estaba todo más centrado en temas faciales, pero ahora las rutinas capilares tienen mucho protagonismo, incluso algunos salones se han vuelto muy relevantes en redes por cómo tratan el cabello. Y lo cierto es que a la mayoría de mujeres le da mucha seguridad verse el cabello bien"✤

Revistas.PeruRadio.net.pe

Efecto 2000

GUESS JEANS *ha encontrado en la estética* 'Y2K' *una fuente inagotable de inspiración. ¿Su última apuesta? Una colección cápsula con la firma nipona* HYSTERIC GLAMOUR, *epítome del 'coolness' de principios de siglo. Por* NUALA PHILLIPS.

Audaces, sin complejos y muy individualistas. Con esta escueta pero rotunda descripción resume Nicolai Marciano (California, 1995) los intensos años 2000. Una era en la que no solo se forjaron muchas de las tendencias que hoy regresan, sino también las bases sobre las que se cimienta el actual espíritu de Guess Jeans. Desde que en 2024 el hijo de Paul Marciano relanzase la marca, los básicos y las referencias *Y2K* han configurado el ADN de una firma decidida a captar al público más joven. Quizás por eso no sorprende que en su afán por despertar nuevos deseos en torno a iconos del pasado, esta temporada Guess Jean haya apostado por colaborar con la marca japonesa Hysteric Glamour, lanzando una colección cápsula que bebe de esa estética relajada y descarada de principios de siglo.

"Por aquel entonces había experimentación y confianza. Para la generación Z, esa era vuelve a percibirse como fresca, porque no estaba filtrada. Tenía personalidad. Queríamos capturar esa energía cruda y lúdica, pero reinterpretarla mediante gráficos potentes, siluetas modernas y nuevas construcciones y tejidos", reconoce Marciano, que ha sabido ver el tirón de la propuesta nipona más allá de la mera estética. "No buscábamos una colaboración por visibilidad; buscábamos un diálogo creativo. Hysteric Glamour aportó una perspectiva distinta que nos retó de la manera adecuada, permitiendo a ambas marcas revisitar nuestros legados mientras creábamos algo que desprende frescura, es coleccionable y culturalmente relevante", cuenta el creativo.

Y es que en la actualidad, Hysteric Glamour continúa siendo una referencia en Asia, por lo que la alianza supone también un muy inteligente movimiento desde el plano estratégico. "El mercado asiático juega un papel muy importante en esta asociación, no solo en términos comerciales sino también culturales. Hysteric Glamour aporta una profunda conexión con la cultura *street* japonesa y una comunidad muy comprometida que valora la artesanía, el detalle y la narrativa. Para nosotros, es una oportunidad de reforzar nuestra presencia en este continente a través de un intercambio cultural auténtico, en lugar de una expansión puramente táctica. La colaboración crea un puente entre el legado americano y la creatividad japonesa, dos perspectivas que se han influido mutuamente durante décadas y nos permite dirigirnos a una audiencia global de una forma genuina y relevante".

La conexión entre ambas partes marca así un nuevo hito en la corta historia de la firma apéndice de Guess, que ha logrado posicionarse como referente en el diseño de básicos, pero también en mucho más. "Guess Jeans ha evolucionado desde los esenciales clásicos americanos de diario hacia una marca con un punto de vista más distintivo, moldeada por la cultura, la creatividad y la individualidad. Hoy estamos reconectando con nuestras raíces: el *denim* como forma de expresión personal, California como actitud y la cultura juvenil como motor. No se trata de perfección, sino de autenticidad", confirma el directivo.

Y autenticidad, precisamente, es otro de esos atributos que la conectan de forma directa con Hysteric Glamour, que desde los 2000 ha sabido dar forma a una identidad visual marcada por la cultura pop y la provocación. "Una iniciativa como esta nos permite llevar nuestras bases más lejos y reinterpretarlas desde una mirada más expresiva y orientada a la moda. En realidad, ambos mundos se necesitan", apunta Marciano. "La creatividad aporta nueva energía y relevancia a los básicos de diario, mientras que nuestra experiencia en esos esenciales mantiene la colaboración pegada a tierra y la hace fácil de llevar. Es ese equilibrio entre familiaridad y experimentación lo que la hace interesante: piezas con dirección, pero que siguen siendo naturales y auténticas". Una premisa ante la que no sorprende que Guess Jeans haya encontrado la horma de su zapato, y es que si algo ha dejado claro a lo largo de su trayectoria es que carácter, personalidad y, sobre todo, dirección, no le faltan.

FOTO: SANTI SIERRA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. MODELO: OLIVIA P. PALERMO (NEXT MANAGEMENT).

Revistas.PeruRadio.net.pe





En la imagen, Olivia P. Palermo lleva camiseta de algodón de estilo retro con estampado frontal, de la colección cápsula de HYSTERIC GLAMOUR X GUESS.





Revistas.PeruRadio.net.pe



POESÍA *en* EQUILIBRIO

Una retrospectiva en la FONDATION LOUIS VUITTON *celebra la figura de* ALEXANDER CALDER *con una selección de obras que exploran los límites de la materia, el movimiento, la luz y la fragilidad. Por* CECILIA CASERO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

S

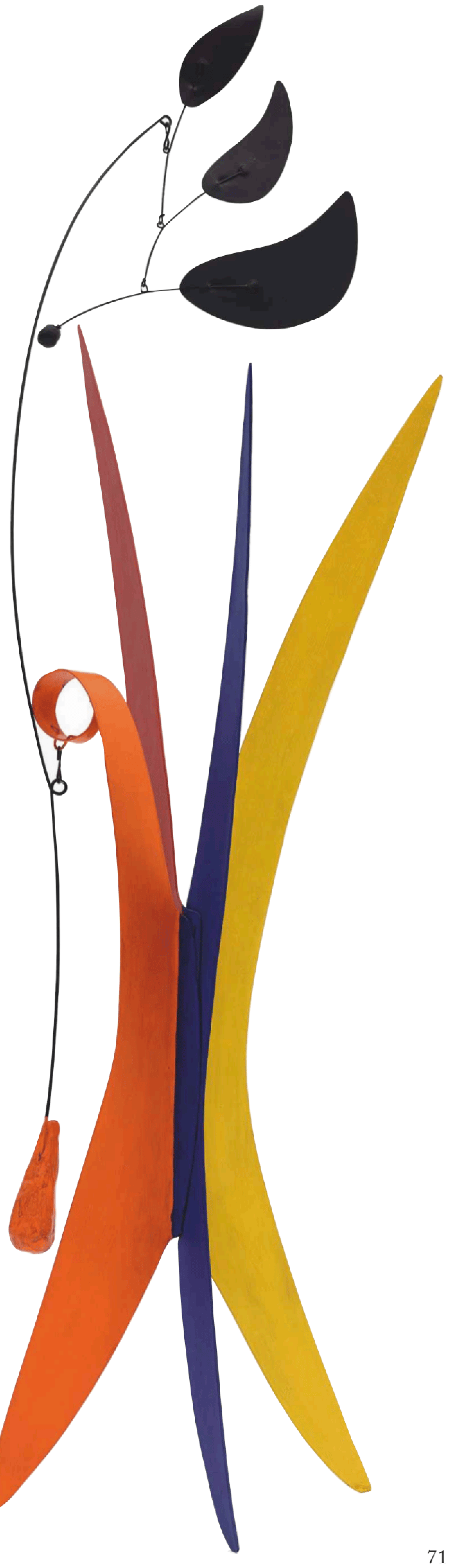
i hay un artista que supo armar todo un *corpus* creativo en torno a la sutileza y la fragilidad, pero también alrededor de la gravedad y el movimiento, por más que no parezcan cualidades del todo compatibles, ese fue Alexander Calder (Filadelfia, 1898 - Nueva York, 1976). El norteamericano es objeto ahora de una ambiciosa retrospectiva que se podrá visitar en la Fondation Louis Vuitton, en la capital gala, del 15 de abril al 16 de agosto y que celebra el centenario de su llegada a Francia en 1926 –"Realmente fue en París donde Calder se convirtió en Calder", argumenta Dieter Buchhart, comisario de la muestra, acerca de la importancia de esta efeméride– y los cincuenta años de su fallecimiento.

El nombre de la exposición, *Calder. Rêver en Équilibre* [*Calder. Soñar en equilibrio*] ya aporta pistas acerca de las dos grandes coordenadas que guiaron el trabajo del artista: la poesía y la física. "Cuando estás junto a un móvil –o debajo de él– sientes su espacio, percibes los sonidos que pueden surgir; nosotros, como visitantes, generamos pequeñas corrientes de aire que incluso pueden provocar que las piezas se muevan. Hay reflejos cuando la luz incide sobre ellas, aparecen sombras. Es decir, tienes a tu lado o sobre ti una obra que danza y se transforma. Para mí, ahí es donde la poesía cobra vida", concede Anna Karina Hofbauer, curadora de la exposición junto a Buchhart, que apostilla a lo que acaba de apuntar su compañera: "Pero la física también es importante: a finales de los años 20 y principios de los 30, los artistas debatían nuevas teorías científicas, como la mecánica cuántica, el principio de incertidumbre de Heisenberg o la teoría de la relatividad de Einstein, que implicaban conceptos como la indeterminación y la falta de estabilidad. En sus móviles hay incontables configuraciones posibles".

La muestra incluye más de 300 obras: estables [*stabiles,* según la denominación acuñada por Jean Arp] y móviles, así como retratos de alambre, figuras de madera tallada, pinturas, dibujos e incluso joyas diseñadas como esculturas únicas. Aunque, sin duda, la pieza más esperada de la cita será el *Cirque Calder,* un circo en miniatura en el que el creador manipulaba, como si de marionetas se trataran, acróbatas, payasos y jinetes, que cautivó al círculo de las vanguardias y que, gracias a un préstamo excepcional del Whitney Museum of American Art –el primero en 15 años–, regresa a París, la ciudad donde fue creado. "Lo interesante es que cobraba vida en el momento en que Calder lo ponía en funcionamiento. Nos hemos tomado muy en serio la arquitectura del espacio donde se presentará el circo al espectador, aunque no entraré en detalles porque el montaje será una gran sorpresa. Además, proyectaremos la película producida en los años 60 [*Le Cirque de Calder*, cortometraje documental de 1961 dirigido por Carlos Vilardebó]", explica Hofbauer. Esta insólita obra supuso el arranque del arte performativo, en este caso, además, en constante reinvención e itinerancia, ya que el creador acostumbraba a viajar con él. De hecho, hubo una representación en la granja de Joan Miró, situada en Mont-roig del Camp, Tarragona, entre otras muchas localizaciones.

El circo –que contó entre sus espectadores con artistas como Fernand Léger, Jean Hélion, Le Corbusier o Jean Arp– ilustra el poder aglutinador de Calder en la ciudad francesa, donde se relacionó de forma continuada e intensa con otros creadores coetáneos, unos vasos comunicantes que también se ponen de manifiesto en la muestra. Pero de entre todas esas relaciones hay una particularmente importante: la que estableció con Piet Mondrian. El encuentro decisivo –para ambos y para el devenir del arte moderno– se produjo en 1930 en el estudio de este último en París. El 'rey del alambre' quedó impactado por la disposición de las obras del padre del Neoplasticismo: las paredes estaban cubiertas con rectángulos de colores primarios (rojo, azul, amarillo) organizados con precisión, como si sus pinturas hubieran salido del lienzo y ocupado el espacio real. La experiencia resultó ser una epifanía. Calder sintió entonces que aquellas figuras podían moverse, por lo tanto el arte abstracto era capaz de incorporar el movimiento real. El de Filadelfia empezó a abandonar progresivamente la escultura figurativa y a desarrollar sus famosos móviles: su paso hacia el arte cinético era ya inexorable. "Esa conversación resultó ser muy influyente y llevó a Calder a explorar la idea de movimiento primero con algunas pinturas, pero luego entendió que quería mover realmente los elementos y crear algo no figurativo,

En la página anterior, Alexander Calder junto a una de sus obras en la Tate Gallery de Londres en 1962. En esta página, la escultura 'Yucca', de 1941.



Revistas.PeruRadio.net.pe



Junto a estas líneas, uno de los muchos móviles que Calder creó a lo largo de su vida, concretamente se trata de la obra 'Paulette', de 1948.

"Cuando estás junto a un* MÓVIL *–o debajo de él–* SIENTES SU ESPACIO, *percibes los sonidos que pueden surgir", explica la comisaria Anna Karina Hofbauer.

centrado en el movimiento, en la luz y en la sombra. También en lo efímero, como el viento que pasa y pone la obra en movimiento", argumenta Buchhart al respecto.

Ese crisol creativo en el que el artista se movía también incluía otras disciplinas como la fotografía, de ahí que la exposición incluya imágenes de Cartier-Bresson, Man Ray, Irving Penn y Agnès Varda, entre otros. "Estos retratos evidencian su red de conexiones con algunos de los fotógrafos más importantes de su tiempo y también muestran lo importante que era Calder para otros artistas en su época", confirma el curador. Otro de los capítulos presentes en la cita expositiva es el relativo a la joyería. Desde finales de la década de 1920, el artista empezó a crear joyas como una extensión directa de su trabajo con alambre. Utilizaba sobre todo materiales sencillos y los moldeaba a mano, sin soldaduras, doblando y torsionando el metal. El resultado eran piezas únicas, casi dibujos en el aire, igual que sus esculturas. Imposible no evocar aquí las imágenes de Peggy Guggenheim, amiga y mecenas, llevando sus pendientes. "La joyería es fascinante porque la entendemos como escultura portátil. Fue creada principalmente para su esposa, Louisa, pero también para personas de su círculo cercano. Es muy especial porque abarca desde piezas que podrían considerarse más convencionales hasta otras de gran tamaño, incluso para llevar en la cabeza. Estas obras eran también un punto de partida para la experimentación: qué es la escultura, cómo se mueve, qué significa para él. En muchas de estas joyas se percibe la conexión con los móviles. Son muy importantes porque cobran vida en el momento en que alguien las lleva puestas", arguye Hofbauer.

Uno de los atractivos colaterales de la cita es ver cómo se integran las obras de Calder en la excepcional arquitectura del edificio diseñado por Frank Gehry que alberga la fundación parisina. "Él –que tristemente falleció el pasado mes de diciembre– estaba entusiasmado con la exposición, le hacía mucha ilusión que Calder 'habitara' su edificio, lo confesó antes de morir. Vamos a abrir salas del edificio que nunca antes se habían mostrado al público", cuenta la comisaria. Efectivamente, la Fondation Louis Vuitton dedicará todos sus espacios expositivos, y por primera vez también su jardín contiguo, a la muestra. De este modo, la retrospectiva inicia un diálogo entre los volúmenes, planos y movimientos de Calder y los de la arquitectura de Frank Gehry.

Los curadores apuran estos últimos días previos a la inauguración para terminar de proyectar el montaje definitivo. "Aún no hemos instalado todas las obras, con los móviles trabajas con piezas que no son fijas. Puedes diseñar un espacio pensando en una disposición concreta, pero luego los elementos pueden moverse de maneras inesperadas, así que será muy interesante", explica Hofbauer. Parece claro que las obras de Calder tendrán la última palabra.

FOTOS: GETTY IMAGES, CORTESÍA DE LOUIS VUITTON.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta página, Anyer Anei, como Ada, en una escena de 'Couture'.

VIDAS CRUZADAS

La directora ALICE WINOCOUR *propone en su sexto largometraje, 'Couture', una visita a los entresijos de la semana de la moda de la mano de tres mujeres con historias que resuenan en la suya propia. Por* ALBERTO SISÍ.

Lo que cuenta Alice Winocour (París, 1976) en *Couture*, su sexto largometraje como directora, tiene mucho de personal. "Lo primero que me inspiró fue mi propia historia porque sufro la misma enfermedad que se le diagnostica a Maxime. Encontré que enfrentar a una protagonista a la propia idea de su muerte podía resultar profundamente conmovedor. Imagínate llevarlo a la locura de la semana de la moda y desarrollarlo en medio del *glamour* y toda esa gente de cualquier parte del mundo", explica la cineasta a *Vogue* España a través de videollamada.

Esa enfermedad a la que hace la realizadora mención a bocajarro es el cáncer de mama de una directora de cine que llega a la Semana de la Moda de París dispuesta a rodar un *fashion film* por encargo de una firma que a lo largo del largometraje se adivinará que es Chanel. Junto a ella, en esta historia que llega a los cines el 8 de mayo, están una modelo debutante, Ada, que se tiene que enfrentar a un momento decisivo en su carrera y una maquilladora de desfiles, Christine, que aspira a emular como escritora a Marguerite Duras. Angelina Jolie –en un papel rodado en francés–, Anyier Anei y Garance Marillier son las actrices que, respectivamente, las interpretan.

"En ningún momento se me pasó por la cabeza hacer una película deprimente sobre el cáncer, quise que se convirtiera en una celebración de la vida y reflejara el cruce de los destinos de tres mujeres que se hallan en el mismo momento en París", reflexiona Winocour. "No sabía nada de moda antes de afrontar este proyecto. Podría, por ejemplo, haber situado la acción en el mundo del cine, que también es un mundo enormemente glamuroso, pero quise localizar esto en un lugar alejado de mí misma. Así que pasé un año y medio entre bambalinas de diferentes desfiles y conocí a un montón de gente. Las historias que se cuentan en la película, más allá de la protagonista, son reales y forman parte de personas con las que me crucé durante aquellos meses".

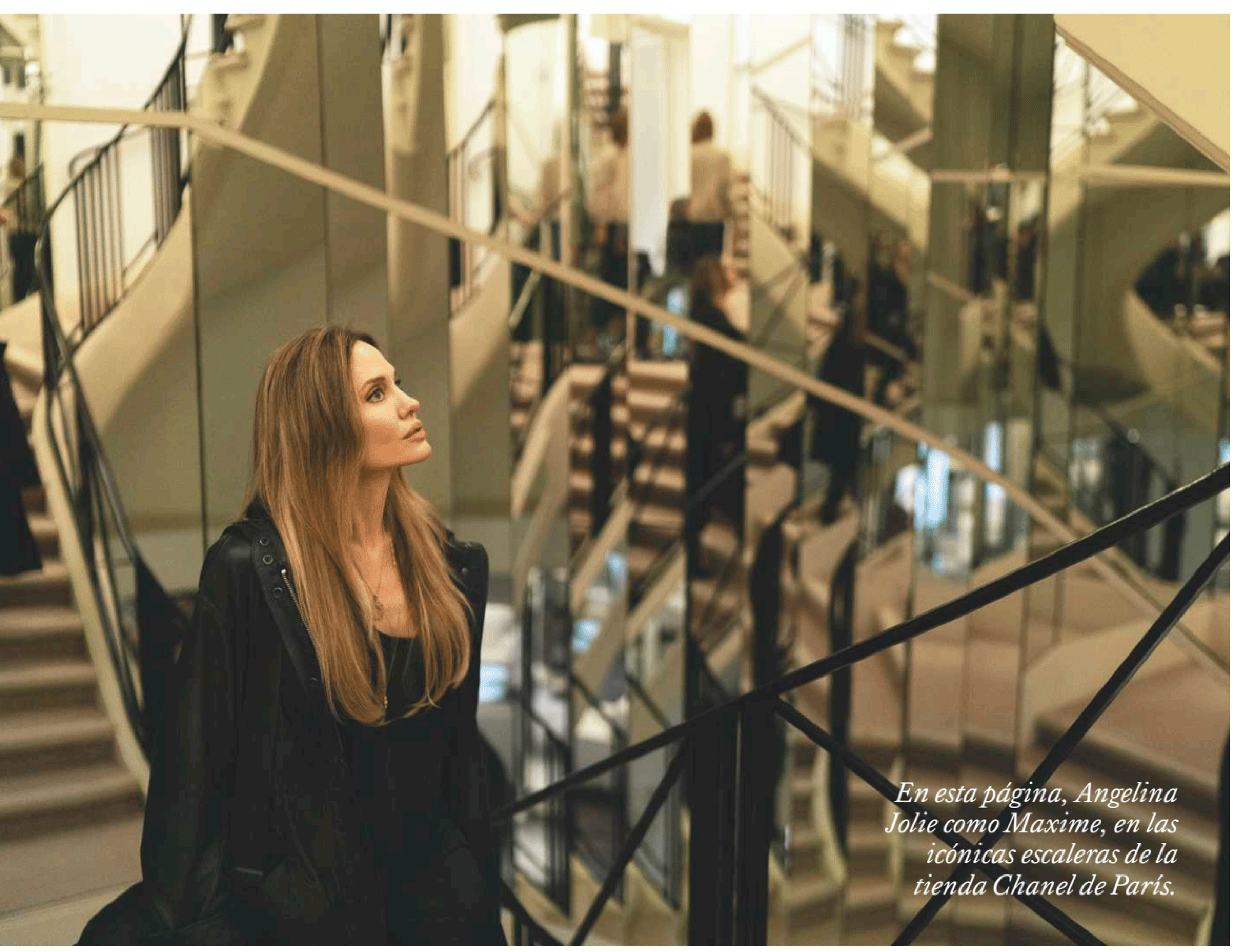
Revistas.PeruRadio.net.pe

Resulta curioso que esa Maxime cineasta sea una directora *indie* (al igual que la propia Alice Winocour) especializada en filmes de terror. Con terror es tal y como se puede mirar a la industria de la moda desde el desconocimiento, pero no fue el caso aquí. "Me gustaba la idea de que dirigiera un *fashion film* sobre un vampiro. Además, Angelina es también directora. El personaje es esa mezcla entre ella y yo, y me resultaba importante mostrarla así porque es completamente ajena al mundo de la moda, una *outsider* pero *cool*", explica la directora. "Imaginé que podía ser creíble que se dedicara al terror y tuviera ese lado que de algún modo se puede percibir como *punk*. Fue divertido convertirla en eso".

Más allá de lo que supone para la protagonista descubrir durante un viaje de trabajo que sufre una grave enfermedad, *Couture* también muestra lo complicado de conciliar para las mujeres profesionales. Algo que, por otro lado, ya había explorado la directora en otro de sus títulos. "Rodé antes de esta una película que llevó por título *Proxima*. Ahí se contaba la historia de una astronauta y su hija. Aquella dificultad para separarse la basé en mi experiencia con la mía, que entonces tenía la misma edad que la de la película. Tengo la sensación de que inconscientemente hice aquel largometraje para mi propia hija. En los visionados me encontré a muchas adolescentes y de algún modo pensaba que la hablaba a ella a través de todas las demás", comparte.

En un momento en el que las firmas de moda expanden más allá de tiendas y desfiles sus propuestas, Chanel –espónsor de festivales de cine o clubes de lectura– reafirma su compromiso con las películas a través de *Couture*. "Se involucraron desde el primer momento. Me reuní y les pedí apoyo para el proyecto porque me veía incapaz de retratar de un modo fiel lo que es una casa como esta", rememora la directora. "Es un lugar profundamente especial. Les pregunté por aquel apoyo y a la vez les dije que no quería asociar la película de un manera evidente a ninguna marca, buscaba una ficción que estuviera muy alejada de un anuncio de Chanel", continúa. Lo sorprendente de todo esto es que no se menciona a la enseña explícitamente en ningún momento. "Queríamos que el filme fuera respetuoso con el legado de la firma. El desfile se desarrolla en un lugar que evoca a un cuento de hadas porque de haber sido un escenario de terror estaríamos quizá hablando de una colección de Galliano, no lo sé. Hay muchos lazos, un elemento profundamente distintivo de Chanel; están las escaleras de la tienda de París, que son icónicas, y un buen puñado de detalles en los que se reconoce la *maison*. Pero hemos querido huir de los logos".

"En cierto modo, encuentro en la* MODA *una metáfora de la* VIDA, *es algo efímero que no dura para siempre".



En esta página, Angelina Jolie como Maxime, en las icónicas escaleras de la tienda Chanel de París.

Quien tampoco dudó a la hora de sumarse a la película fue Angelina Jolie. "La conocí después de escribir la película. Justo estaba dándole vueltas a quién podría encarnar a Maxime, una mujer con una historia tan íntima para mí que necesitaba que estuviera lo más alejada posible de mi persona. Mira si la historia es cercana que ni siquiera había contado nada a muchos de mis amigos sobre la enfermedad. Quería a una estrella, quizá a la más grande, pero necesitaba que también tuviera esa conexión con la historia. Para mí, esto era más que una película, suponía compartir parte de mi propia vida y de la de otras mujeres", cuenta Winocour. "Angelina sí tenía ese vínculo. Su madre y abuela murieron por la enfermedad y ella se sometió a una doble mastectomía. Es una mujer tremendamente política, enseguida entendió la película y todo lo que requería".

La llegada de Anyier Anei también resulta peculiar. La modelo debuta en la actuación y comparte planos con nombres como Mona Tougaard, Mika Schneider o África Peñalver. "Fue una de las primeras modelos a las que yo conocí durante el proceso de escritura. Estaba en los *backstages* a las 6 de la mañana, con todas las modelos, recién levantadas y no con el mejor humor, pero Anyer enseguida me dio conversación, me preguntó de dónde era y qué estaba haciendo allí", recuerda la directora. "Tuve que esperar a verla ya en la prueba. La mayoría de ellas tenían una historia similar, llegan a otro país buscando apoyar económicamente a sus familias y sacrifican mucho para convertirse en ese sustento. Al final, me encontré con más de 300 chicas y muchas de ellas no eran actrices. Anyer fue de las últimas y me di cuenta de que exactamente era lo que estábamos buscando".

Esta profunda inmersión de Alice Winocour en la industria de la moda le ha hecho construir una percepción propia. "Estoy impresionada de todo el trabajo que hay. Las horas y los meses. También la relación de amor que se da entre costureras y vestidos, prácticamente viven con ellos. Fue impactante ver todo el esfuerzo que hay tras un desfile que va a durar diez o quince minutos", reflexiona. "En cierto modo encuentro en la moda una metáfora de la vida, es algo efímero que no dura para siempre", concluye.

FOTOS: CORTESÍA AVALON.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Lapili, en una de las imágenes promocionales de su nuevo álbum, 'Miss Fatty Fairy'. En la página siguiente, portada del disco.

Que tiemble el HADA MADRINA

Reivindicación, TERNURA *y fantasía. En su segundo disco,* 'MISS FATTY FAIRY', LAPILI *consolida un estilo propio, muy cañero, que se nutre de su pasión por el baile y los ritmos afrocaribeños. Por* EVA BLANCO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Hay personas que tienen un aura especialmente magnética. En el caso de Lapili (María del Pilar Robles Pérez; Ciudad Real, 1994), la fascinación que despierta parece ser el resultado de una combinación muy personal entre la rotundidad de su discurso, la seguridad que emana de su presencia y la amabilidad que desprende en el trato. La artista musical lanzó en febrero su segundo álbum de estudio, un trabajo de intensas sacudidas rítmicas y sólidas influencias afrocaribeñas –mezcladas con diferentes ramas de la música electrónica– que ha titulado *Miss Fatty Fairy*. Desde entonces, se ha dedicado a presentarlo en potentes citas en directo, como la que tiene el 30 de mayo en Toulouse, en el festival Le Nouveau Printemps, que en su edición de 2026 cuenta con Rossy de Palma como artista asociada; o en Sonorama Ribera, del 5 al 9 de agosto en Aranda del Duero.

"El disco ha supuesto un proceso de año y medio de creación, de muchas idas y venidas porque se me han dado varias oportunidades de incorporar a mi proyecto la figura de un productor ejecutivo grande, que es algo que no me había ocurrido hasta ahora. Pero, finalmente, he decidido no aceptar esas ofertas y seguir siendo yo la que lleve las riendas. Cada vez que aparecía una de estas personas, querían tener mucho control sobre mi obra, también en el plano artístico", introduce.



Puede parecer un dato anecdótico, pero no lo es: Lapili tiene una visión creativa potentísima y distintiva, y es plenamente consciente de ello. La conclusión lógica, claro, es defenderla. "Aunque no pertenezca por nacimiento a la cultura del *afrobeat,* he vivido en Ghana y creo que en este proyecto me inspiro en todas esas referencias, pero haciendo lo mío, sin intentar copiar y hacer claramente un *afropop* o un *dancehall*, sino que lo llevo más a mi terreno. He estudiado arte textil y la moda es algo que me encanta. Para mí, es importante unir todas las disciplinas en la cristalización del proyecto", dice la artista, que subraya que esa coherencia en el enfoque alcanza una nueva cima en su carrera en *Miss Fatty Fairy* –un trabajo que llega después de su álbum debut, *Piligrosa* (2023)–.

Lejos, muy lejos, queda ya aquel fulminante salto a la fama que protagonizó en el verano de 2017 como intérprete del fenómeno viral *Cómeme el dónut*. "En ese momento no estaba buscando ser música ni ser lo que soy ahora. Estaba siendo una *performer*, además muy punki. Hay un recuerdo bonito en toda esa parte de pertenecer al imaginario pop español; pero también mucho dolor, porque yo viví una relación de amistad muy mala y muy desigual con mi socio creativo [en referencia a Jirafa Rey]. No he buscado desvincularme de este episodio en la parte artística. Lo que sí he buscado es desvincularme de esta persona, porque hace muchos años que no sé nada de él", explica sobre un éxito iniciático que le permitió verse por primera vez "con un poco de dinerillo". Unas ganancias que empleó en coger un avión a Ghana, donde pasó dos meses aprendiendo a hacer la música que le gustaba y familiarizándose con productores de prestigio. "Si hubiera querido seguir en esa línea cómica o ser humorista, no hubiese tomado esa decisión", sentencia.

De vuelta en 2026, en su nuevo álbum se aprecia la vinculación radical de la ciudadrealeña con el baile como canal (casi insuperable) de expresión personal. "Bailo *dancehall*, que es una danza muy sensual, muy agresiva. En Occidente lo veríamos como algo muy obsceno o muy duro. A mí no me lo parece, porque lo conozco bien y he encontrado en ello una vía de apertura al disfrute: daba igual el tipo de cuerpo que tuvieses. Desde pequeña estoy acostumbrada a ver videoclips donde había una bailarina que era gordísima, otra que era flaquísima, una alta, otra baja... todas gozando a su manera y celebrando esas diferencias. El título del álbum está muy inspirado en la canción *Miss Fatty*, de Million Stylez, que es una referencia para mí en cuanto a la letra y el contexto, aunque quizá no tanto en lo visual", reconoce y defiende: "Este bagaje me ha hecho plantearme desde niña todos los sacrificios que hacemos las mujeres para encajar en un canon de belleza que, en gran medida, nos viene impuesto socialmente. Vivimos disociadas, sintiéndonos insuficientes, para querer alcanzar algo que, la mayoría de las veces, es irreal".

En ese sentido, ahonda, conectar mucho con la danza desde el disfrute de su propio cuerpo le ha ayudado a desprenderse de usar el baile como una herramienta para ser vista por lo masculino. "Cuando disfrutas del ritmo contigo misma y entre mujeres, que es a lo que yo estoy acostumbrada, se crea una energía increíble. En todas estas danzas, casi todos los movimientos surgen de la zona de la pelvis y la cadera, lo que permite desbloquear, dejarse ir y adquirir una conexión corporal muy potente. Y, desde hace muchos años, yo lo vivo así", explica la creadora, que en varias entrevistas ha contado cómo ha sufrido distintas formas de discriminación gordófoba. En su opinión, no tanto por su talla, sino por no ajustarse a las expectativas de comportamiento que la sociedad podía tener para ella. Por sacudirse activamente "la vergüenza y la culpa".

"Siempre me han dicho: 'Tú no puedes vestirte de esta forma, moverte de esta forma'. Y es como: '¿Quién eres? ¿El sombrero seleccionador de *Harry Potter*?'", ríe la artista. "Ya verá el destino, Dios o lo que sea, pero no creo que tú seas una entidad superior como para saber lo que yo puedo o no puedo hacer. Además, estar solamente preocupada por no engordar y no tener estrías te quita todo el tiempo, todas las ganas de vivir. Literalmente, una mujer desnutrida no puede estar pensando en crear un álbum o ponerse a montar un *show* de dos horas con cambios de ropa y coreografía. Es imposible. No te da la energía", profundiza, a la par que reconoce que el camino de la autoaceptación no está exento de baches. "Obviamente, es un proceso continuo. Hay días que te vas a ver superbién y otros en los que te levantas peor, también hay que tener cuidado en cómo nos hablamos, me parece muy dañino el discurso de 'quiérete tal y como eres todo el rato' porque no es real. Tenemos luces y sombras, y hay que aprender a abrazar ambas. Aunque he de decir que, en este último año, la oleada de *hate* que yo podía recibir por mi cuerpo ya es muy poquita cosa. Estoy tan a gusto y tan bien que la gente lo nota. Saben que no me va a doler", revela con contundencia, pero sin atisbo de rabia.

En ese sentido, en la décima canción del disco, *Nunca Básica*, habla de la autoestima no solamente como una forma de amor propio, sino de respeto por aquellos que a su vez más nos quieren. "¿Cómo no voy a tener en estima algo que haya hecho mi madre? ¡Si todo lo que hace ella es lo mejor!", dice entre risas. "*Miss Fatty* encapsula ese lado más cañero, más terrenal, y luego está la parte *Fairy*, que tiene que ver mucho más con la naturaleza, con un mundo más luminoso, de autoconocimiento desde la empatía y la comprensión. He querido unir todas estas energías para realizar un viaje completo".

A todo lo anterior se añade, dice, el hecho de que le gusta mucho leer. "Siempre he sido como una ratoncita de biblioteca. Y tengo mucho interés por las técnicas de artesanía textil. Entonces, es como que en lo urbano no termino de encajar porque tengo esa parte más asociada a la cultura y lo elegante, mientras que en la cultura y lo elegante no termino de encajar por esa otra dimensión urbana. En este disco está todo ese equilibrio de lo que soy, desde la apertura de mostrarme lo más real posible. Esto es lo que hay", concluye.

FOTO: RACHEL PLAISIR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

RECONSTRUIR MI HISTORIA BIOLÓGICA

El enfoque holístico de la medicina INTEGRATIVA *que conecta experiencias de vida con la biología del cuerpo puede ayudar a cambiar de* HÁBITOS. ANA MORALES *relata su experiencia tras varias consultas para encontrar el* EQUILIBRIO.

M

i acercamiento a la medicina integrativa, también llamada medicina funcional, fue por casualidad. En realidad yo, seducida por la corriente de la longevidad y todas las nuevas técnicas de las que se hablan para aproximarse a ella, quería probar unas sesiones de hipoxia intermitente que ofrecen en Amuna Vitality Clinic, un nuevo centro integral de salud y bienestar de Madrid. Esa terapia en la que te tumbas, respiras a través de una mascarilla enchufada a una máquina que alterna ciclos respiratorios de alta y baja disponibilidad de oxígeno –y que tan de moda han puesto algunos deportistas de élite para mejorar la eficiencia celular y favorecer un descanso profundo– me llamaba especialmente la atención. Vivo cansada, con dolores de cabeza recurrentes sin motivo médico aparente y una sensación constante de estrés mantenido en el tiempo (puede que este relato te resulte familiar). Pensaba que recurrir a una de las terapias de moda podría ser la solución a mis (los) males de la vida moderna. Pero antes de cerrar esa cita, y aunque yo quisiera atajar por el camino de en medio para probar las mieles de una de las herramientas terapéuticas prolongevidad de moda, era necesario pasar previamente por una consulta de medicina integral (que no me había planteado). Tenía todo el sentido. Al fin y al cabo, yo solita había decidido que la hipoxia podría ser la solución. Pero claro, aunque esta terapia es aplicable a la gran mayoría de personas, puede que no fuera para mí. O que no fuera lo que de verdad necesitaba en ese momento.

Así que agendé esa primera consulta con el doctor Lucas Ponti Concetti, experto en longevidad de la clínica. Ante mis prisas evidentes a la hora de buscar un hueco en mi agenda para esa sesión de diagnóstico y elaboración de historial –sí, vivo instalada en la denominada 'prisa crónica'– fueron muy claros: tenía que bloquearme al menos una hora porque esa primera evaluación no iba a ser algo rápido. De hecho, si algo caracteriza esta rama de la medicina es un enfoque holístico que aborda la salud en su totalidad, contemplando aspectos físicos, mentales, sociales y emocionales. Y para ello es necesario disponer de tiempo. Como me avanza el doctor antes de entrar en materia, "se intenta reconstruir la historia biológica del paciente: cómo duerme, se alimenta y maneja el estrés; cómo funciona su microbiota, qué exposiciones ambientales tiene o cuál ha sido su historia hormonal e inflamatoria. El objetivo es identificar patrones que muchas veces pasan desapercibidos en una consulta convencional". Por eso, a las consabidas preguntas con las que siem-

Revistas.PeruRadio.net.pe



"LA MEDICINA INTEGRAL PARTE DE UNA IDEA OLVIDADA: EL ORGANISMO FUNCIONA COMO UN SISTEMA, NO COMO UNA SUMA DE ÓRGANOS INDEPENDIENTES".

Revistas.PeruRadio.net.pe



"NO SE TRATA DE PSICOLOGIZAR LA ENFERMEDAD SINO DE COMPRENDER QUE BIOLOGÍA Y EXPERIENCIA VITAL ESTÁN MUY CONECTADAS".

Revistas.PeruRadio.net.pe

pre se empieza a elaborar un historial médico –tipo de parto mediante el que naciste, hábitos de estilo de vida o repaso de medicación, alergias y posibles intervenciones médicas previas– se unen otras tantas cuestiones bastante inesperadas (al menos para alguien como yo que no había ido a una consulta de este tipo) y muy vinculadas con el expediente emocional y social del paciente. Como me recuerda Ponti, "la medicina integral parte de una idea bastante simple, aunque a veces olvidada: el organismo funciona como un sistema, no como una suma de órganos independientes. Y hoy sabemos que las emociones no son algo abstracto que ocurre únicamente en la mente. Cada una tiene una traducción biológica concreta a través de cambios hormonales, inmunológicos y metabólicos". Entre las cuestiones de esa primera consulta se cuelan algunas referentes a cómo recuerdo mis años en el colegio, cómo me influyó en mi vida ser hija única o cómo afronté la muerte temprana de mi padre en mi preadolescencia. Era la primera vez que al hacer un expediente médico me preguntaban por aspectos de los que solo había hablado ante un psicólogo. "Necesito conocerte más, por eso pregunto por esos años de escuela y adolescencia. Si hay algo que te causó dolor emocional también puede estar afectando a tu biología, a tus hormonas, a tu sistema inmune. Cuando se aborda la salud lo primero que hay que abordar es al soberano", me dice en referencia al cerebro.

Y me recuerda la importancia de traer a mi vida ese duelo incompleto que 30 años después no he terminado de resolver. Me acerco a la perimenopausia y ese declive de hormonas podría afectar más si no he transitado del todo esa pérdida. "Hazlo como consideres, no tiene por qué ser yendo al psicólogo, quizá puedes hablarlo con amigas o leer sobre ello, pero nunca es tarde para gestionar el dolor pasado", me aconseja. Y es que en el enfoque integrativo, y especialmente en psiconeuroinmunología (conocida por las siglas PNI), "prestamos atención a la dimensión emocional del paciente. No se trata de psicologizar la enfermedad, sino de comprender que biología y experiencia vital están profundamente conectadas. Cuando esa conexión se aborda correctamente (regulación del estrés, sueño, hábitos, entorno y estilo de vida) no solo mejoran los síntomas, también cambia la trayectoria de la salud a largo plazo", explica el doctor para dar contexto a toda esa retahíla de preguntas que me llevan a reencontrarme conmigo misma y, en cierta manera, a entender que parte de mi malestar puede derivarse también del pasado.

Tras las preguntas, llega el reconocimiento físico: no hay sorpresas, solo un acortamiento del psoas sin detectar, algo bastante habitual entre personas que pasamos mucho tiempo sentadas. Después una petición de análisis completos, también para determinar si necesito incorporar algún suplemento. "No debe tomarse nada de forma aleatoria sin antes valorarlo médicamente. Además, en muchas ocasiones, una microbiota alterada puede impedir la absorción de lo que estés tomando y no sirve para nada", me dice cuando le pregunto por la conveniencia o no de seguir incluyendo los complementos que yo misma me había pautado. Y una sugerencia final: recurrir a una sesión de osteopatía y fisioterapia –si algo caracteriza también esta medicina es la combinación de medicina tradicional con terapias complementarias– para intentar cambiar ciertos hábitos de vida que me están afectando.

"El enfoque integrativo, y especialmente la psiconeuroinmunología o PNI, intenta comprender cómo dialogan entre sí los grandes sistemas del organismo: nervioso, endocrino, inmune y metabólico. Hoy sabemos que procesos como la inflamación de bajo grado, el estrés crónico, el sueño o la microbiota intestinal influyen al mismo tiempo en todos ellos. Por eso no nos limitamos a preguntar qué órgano está enfermo, sino qué red biológica se ha desregulado. Muchas enfermedades modernas como fatiga persistente, alteraciones digestivas, problemas en la piel, trastornos del sueño o del estado de ánimo tienen detrás precisamente ese tipo de desregulación sistémica. El estrés sostenido, por ejemplo, activa el eje hipotálamo-hipófisis-adrenal y aumenta la liberación de cortisol. Cuando ese estado de alerta se mantiene en el tiempo puede favorecer la inflamación, alterar el sueño, modificar la microbiota intestinal e incluso influir en la expresión genética a través de mecanismos epigenéticos", añade Ponti.

Y eso es exactamente lo que me pasa a mí: ese malestar en forma de agotamiento extremo y niebla mental no se debe tanto a causas físicas –así lo confirman los análisis, aunque si hubiera sido necesario desde esta consulta se me hubiera derivado a otros especialistas– sino a una disautonomía en mi sistema nervioso que me lleva a tener el sistema simpático muy activado y en alerta (es el que prepara al cuerpo para la defensa o la huida) y el parasimpático adormilado (el famoso nervio vago del que tanto se habla ahora y que una inmensa mayoría de personas necesitamos activar porque es el responsable de funciones tan básicas y necesarias como la digestión y el descanso). Por eso Belén Fernández, osteópata y fisioterapeuta especializada en regulación del sistema nervioso autónomo del equipo de Amuna, me insiste tanto en la sesión que tengo con ella en la importancia de activar el nervio vago con pequeños gestos durante el día que, tras varias semanas de constancia, empiezan a dar sus frutos. Por ejemplo, hacer la técnica de respiración 4-7-8 antes de irme a la cama o cuando me cueste conciliar el sueño y que consiste en inhalar cuatro segundos, mantener la apnea siete y exhalar durante ocho segundos. O también otras prácticas algo más inesperadas pero muy efectivas como mantenerse en cuclillas durante 30 segundos (por la mañana y por la noche, sujetándome en algún punto si es necesario), ya que "esa posición produce una activación vagal y una vasoconstricción en las piernas que redirige la sangre hacia la zona abdominal, facilitando la circulación sanguínea y la función del sistema linfático así como la respiración", explica en referencia a la apodada por muchos expertos como la 'postura de la longevidad'. También me recomienda tararear canciones y hacer gárgaras con agua a diario durante medio minuto. Ante mi sorpresa por esta recomendación, que verbalizo sabiendo que mi cara lo está diciendo todo, la experta me lo explica de forma sencilla: está comprobado que generar vibraciones en la garganta estimula el nervio vago e induce a una sensación de calma (por eso entonar el mantra *Om* durante las clases de yoga es otra manera de activarlo).

Tras este viaje por mi expediente emocional y biológico me llevo unas cuantas recomendaciones prácticas y sencillas ya que, aunque nuestro estilo de vida haya evolucionado hacia una sociedad hiperconectada y sedentaria, nuestra biología sigue siendo ancestral y volver a principios básicos de la longevidad, como moverse o disfrutar de las relaciones sociales, es importante. También me quedo con una reflexión necesaria: ir al origen de todo puede ser el mejor camino para reencontrar el equilibrio. Y aunque esas sesiones de hipoxia que estaba empeñada en probar podrían ayudarme a modo de terapia complementaria, lo más importante en mi caso es empezar a cambiar de hábitos y entender que cuerpo y mente siempre han sido uno. Aunque yo cada día lo olvide un poco viviendo tan desconectada.

FOTOS: FELICITY INGRAM.

Revistas.PeruRadio.net.pe

NI TODO, NI PERFECTO

Hasta hace poco la MULTITAREA *se consideraba el camino para lograr objetivos, pero nada más lejos de la realidad. Abandonar el deseo de llegar a todo y ser excepcional en favor del* BIENESTAR *es el nuevo 'wellness'. Por* ANA MORALES.

Pensé que era una *girlboss* cuando acepté el trabajo y me imaginé siendo una superproductora y una supermamá. Rodeada de toda esa leche derramada me di cuenta de que no era ninguna de las dos cosas y realmente puede que no importara", afirma la escritora Amil Niazi en el dosier de prensa de su libro *Life After Ambition* (Atria Books). Recuerda así un episodio en su vida en una sala de lactancia de la BBC donde trabajaba –cuando intentaba sacarse leche para seguir amamantando a su bebé de 10 meses– y que fue la génesis de un título que es un necesario recordatorio de que suficiente está bien, sobre todo cuando abrazar la excepcionalidad en todos los aspectos de la vida nos lleva al agotamiento emocional. Cuando lo escribió, cuenta a esta cabecera, estaba luchando contra "su propia relación con el trabajo y su ambición" y decidió convertir en libro su deseo de "abrazar la idea de 'suficientemente bueno', lo que podríamos llamar mediocridad. Lo sentí muy liberador. Muchos de nosotros interiorizamos el fracaso de no ser excepcionales o perfectos. Incluso sabiendo que no existe la perfección nos castigamos por no lograr lo imposible y luego nos preguntamos por qué nos sentimos tan decepcionados y abatidos", explica Niazi, que encontró el verdadero bienestar "cuando me permití aceptar que la perfección era un obstáculo imposible para mi vida. Ahí empecé a disfrutar de la maternidad y del trabajo". Para la autora, deshacer el camino hacia la excelencia por el que anduvo mucho tiempo no fue fácil y explica ese deseo como una consecuencia de la obsesión por la meritocracia. "Uno de los mensajes que más resiento de mi época de juventud es el de esa idea de que si encuentras una profesión que amas, no trabajarás ni un día de tu vida". Toda esa filosofía de la que habla la autora que ponía el valor personal únicamente en lo profesional y en el hecho de que "si algo te apasionaba harías todo lo que fuera" caló y llevó al mito de la multitarea, al deseo de llegar a todo y al de ser excepcional en todos los frentes. Un pensamiento que ahora empieza a deconstruirse con una conversación que analiza ciertas trampas que dimos por buenas y que pone el foco en las bondades de quedarse en el punto medio en favor de nuestro propio bienestar.

"La idea de 'suficiente está bien' nos está hablando de una estrategia de regulación emocional. Muchas personas viven bajo una autoexigencia constante que convierte cualquier tarea en un examen de valor personal, así que cuando soltamos la necesidad de hacerlo todo perfecto, disminuye la ansiedad de rendimiento y aparece una sensación de capacidad más humana, no basada en imposibles. Todo ello permite sostener los esfuerzos en el tiempo, cometer errores sin que sea un drama y mantener una relación más amable con una misma. Paradójicamente, cuando dejamos de perseguir la perfección, solemos funcionar mejor y con menos desgaste", explica la psicóloga Violeta Alcocer, autora del libro *Auténticas impostoras* (Roca editorial). Para la también psicóloga Marta Calderero, directora del centro Personalife Style, esta idea entronca con la flexibilidad psicológica, "uno de los indicadores más claros de salud mental: poder adaptarnos, ajustar expectativas y entender que no todo tiene que ser extraordinario para ser valioso. Y eso tiene un efecto directo en el bienestar: reduce el pensamiento rumiante, mejora la autoestima y permite descansar sin culpa. El perfeccionismo rígido se asocia a más ansiedad, autocrítica y mayor insatisfacción vital". Aunque culturalmente hayamos normalizado estas exigencias y los medios para lograr esa impecabilidad irreal tan ligada al ámbito laboral, la psicóloga recuerda "que el cerebro no está diseñado para rendir en excelencia constante en múltiples frentes".

Aceptar ese punto intermedio puede parecer una especie de resignación, de reducción de expectativas o una autojustificación para dejar de hacer cosas. Pero la esencia de este enfoque dista de todo aquello. "No es una renuncia, es una redefinición del éxito: pasar del rendimiento compulsivo a la coherencia interna. El problema no es aspirar a más, es sentir que nunca es bastante. Hacer menos de lo que dicta la presión externa no equivale a vivir sin propósito. El bienestar no depende tanto de la ambición extrema como de perseguir metas alineadas con nuestros valores", explica Calderero. Todo ello enlaza con la necesidad, añade Alcocer, "de desactivar la idea de que solo lo extraordinario legítima quienes somos. El 'suficiente está bien' solo podría suponer un inconveniente si surge de la evitación o del desánimo, ya que probablemente limite. Pero si hablamos de dosificar la energía de forma realista y sostenible, puede ser muy saludable. La presión por hacerlo perfecto tiende a generar bloqueo, procrastinación y abandono por saturación. Las personas que se dan ese margen suelen avanzar más porque no quedan atrapadas en el miedo al error ni en la fantasía de tener que llegar a todo. La perfección muchas veces inmoviliza", concluye. Y es incompatible con la vida real.

EN EL PUNTO MEDIO

1 Paradójicamente, rebajar expectativas puede ayudar a hacer las cosas mejor. "Quedarse en el punto medio libera mucha energía cognitiva: la atención deja de estar secuestrada por la autoevaluación permanente y la carga mental, y puede centrarse en tareas concretas de forma menos exigente", explica Alcocer.

2 Elegir de forma deliberada no dar el 100 % permanentemente en todas las facetas de la vida es, según Calderero, "una forma de inteligencia emocional y de mayor autoestima. El sistema psicológico funciona por ciclos: hay momentos de alta intensidad y otros de mantenimiento. Pretender vivir siempre al máximo nos lleva antes al agotamiento que al éxito".

3 Esta idea no implica renunciar al crecimiento, sino ampliar la idea de valía personal. "Poder decir: 'Hoy no necesito ser excepcional para sentirme válida' alivia mucho. Reduce la comparación constante, suaviza la autoexigencia y mejora la relación con una misma", añade Calderero.

4 Todo esto entronca con la necesidad, según Niazi, de "preguntarse a una misma qué es lo que te hace de verdad feliz, sentirte cómoda con tu noción de 'suficiente' y aprender a asentarse confortablemente en ese espacio".

FOTO: FUJIO EMURA. SET DESIGNER: JORDAN MIXON.

Revistas.PeruRadio.net.pe



"LA SEXUALIDAD NO EMPIEZA NI TERMINA EN UNA ETAPA CONCRETA, SE VA CONSTRUYENDO A LO LARGO DE LA VIDA".

Revistas.PeruRadio.net.pe

SI LA DICHA ES BUENA

La sexualidad a partir de LOS 50 *hasta la* VEJEZ *puede ser un lugar placentero y de autoconocimiento, que no siempre se ve afectado por los cambios fisiológicos. Por* ALEXANDRA LORES.

M*i amiga Eva*, *Siempre es invierno*... el sexo (y el amor) a partir de los cincuenta se ha colado en las tramas de algunos de los últimos estrenos del cine español. Más que avisar de un nuevo fenómeno, nuestro audiovisual ha incluido en sus guiones una realidad palpable que aún no había sido descrita con honestidad. La más reciente, *Calle Málaga* (Maryam Touzani, 2025), tiene como protagonista a Carmen Maura; la actriz interpreta a una mujer de 79 años que vive sola en Tánger. Cuando su hija decide vender la casa en la que vive, conoce a Abslam y junto a él inicia un viaje de autodescubrimiento y deseo. "María Ángeles redescubre su vínculo con la sexualidad y el placer. Porque es más libre que nunca respecto de sí misma y de su cuerpo", comparte Touzani, que se propuso escribir a un personaje que celebrase la vida en esta etapa tardía. Con él, la directora quiso cuestionar los prejuicios en torno a la sexualidad durante la edad adulta. "Se supone que al llegar a la vejez ya no tenemos derecho a desear o a amar. Son prácticas que se perciben como algo al límite de lo respetable, una fuerza malsana y viciosa que hay que reprimir, producto del edadismo", lamenta la cineasta. Llegadas a este punto, cabe preguntarse si quizá el sexo a partir de la menopausia no es tal como nos lo han contado –inexistente o insatisfactorio–. La psicóloga y sexóloga Arola Poch aclara las dudas más habituales, las que surgen cuando dejamos de menstruar. "Es verdad que la bajada de estrógenos puede producir algunos cambios fisiológicos –menor lubricación vaginal o que no experimentes una excitación tan inmediata–, pero se pueden paliar dedicándole más tiempo a la estimulación o usando lubricante", explica la experta. La también sexóloga Ainhoa Villahoz está de acuerdo. "Las diferencias hormonales podrán influir en algunos aspectos de la respuesta sexual, pero no explican por sí solos la vivencia de la sexualidad. Se tiende a contar el deseo en términos casi exclusivamente biológicos, pero lo cierto es que está muy influido por otros factores: la relación que establezcas con tu pareja sexoafectiva, tu momento vital, el bienestar emocional del momento, tu actitud hacia el sexo o incluso otros más generales como tu historia personal". Porque, al contrario de lo que podría parecer (y nos han contado), es a partir de la llegada de la menopausia –la edad media entre las mujeres españolas se sitúa alrededor de los 48,7 años– hasta la vejez cuando muchas mujeres disfrutan de un deseo más libre. "La conexión emocional, la confianza, el tiempo o el conocimiento del propio cuerpo adquieren más peso ahora. Además, la experiencia sexual está más ligada a la intimidad, al vínculo emocional y al placer compartido, y menos condicionada por expectativas externas", detalla Villahoz. Así lo vive también María Ángeles, la protagonista de *Calle Málaga*. "Ella experimenta sensaciones físicas nuevas: alcanza el orgasmo y toma conciencia de su capacidad para sentir placer. En resumidas cuentas, ahora es más libre que antes con respecto a sí misma y a su cuerpo. Y ya no se preocupa por las apariencias ni tiene miedo de mostrar la belleza de su vejez", ahonda la directora de cine. Otro tipo de factores productivistas que a veces se cuelan en las relaciones sexuales, también salen de escena en la película de Touzani (y en la vida real). "La sexualidad se asocia a la juventud y a la reproducción", apunta Villahoz. Es por eso que solo se vincula a esta etapa. "Y también a determinados ideales de atractivo físico, lo que ha dejado fuera del imaginario a las personas mayores, especialmente a las mujeres", lamenta la especialista.

NUEVOS PLACERES ADULTOS

Existe el sexo más allá de la penetración: el mensaje está claro, pero sigue sin calar. Las relaciones convencionales y normativas siguen poniéndolo en el centro, porque se trata de una construcción social que se ha teñido de certeza, a través del tiempo y de infinitas narrativas, también audiovisuales. Pero en la vida real no todo es como en las películas. Y, por suerte, "hay un universo de prácticas que pueden resultar muy placenteras", defiende Poch. Además –recuerda–, el deseo puede mutar en su forma de expresión, a partir de la exploración de una misma: desde nuestros primeros encuentros sexuales hasta los últimos. Así, que se produzca un posible cambio en la manera de abordar este acto de autoconocimiento y erotismo no es negativo en sí, sino más bien todo lo contrario. "No tiene por qué ocurrir, pero a veces durante esta etapa el deseo se transforma y se orienta hacia otras formas de intimidad: el vínculo, el contacto o la cercanía emocional", enumera Villahoz. E insiste. "Es importante no imponer un único modelo y entender que la sexualidad no empieza ni termina en una etapa concreta, sino que se trata de una trayectoria que se va construyendo a lo largo de la vida".

Con todo, la relación con el sexo puede cambiar y la clave está en el interés que tenga cada cual. "Existe otra presión, la de mantener un envejecimiento activo en el plano íntimo, caracterizado por la continuidad de una vida erótica similar a la de la etapa de juventud", desarrolla Villahoz. "Pero la pérdida de deseo no es necesariamente un problema y mantener relaciones de manera recurrente tampoco debería convertirse en una exigencia. La sexualidad en esta etapa, como en cualquier otra, forma parte de la vida de las personas y convendría que se disfrutase con libertad y sin imposiciones", continúa. Dependerá de cada una, "de su estado emocional, de la calidad de la relación que mantenga, de su autoestima corporal, de su salud general, y de la estimulación mental y erótica, entre otras cosas", zanja Poch.

ILUSTRACIÓN: CARL OSCAR AUGUST ERICKSON.

Revistas.PeruRadio.net.pe

UNA DÉCADA GLORIOSA

La fragancia superventas GOOD GIRL, *de* CAROLINA HERRERA, *celebra diez años de fama.* ANA MORALES *explora el fenómeno con Karlie Kloss y Carolina A. Herrera.*



Dicen los expertos que para que un perfume se considere un clásico tiene que sobrevivir 15 años en el mercado. A Good Girl, de Carolina Herrera, le queda un lustro para lograrlo, aunque de lo que ya puede presumir (con creces) es de ser una de las fragancias más famosas del mundo y un éxito superventas de esos que se acaban estudiando en las escuelas de negocios. No es fácil mantenerse en el candelero (ni en los *rankings* globales de perfumes más populares y vendidos), pero lo ha conseguido. "Han sido diez años muy intensos, pero profundamente creativos. Good Girl nació con una idea muy clara y ver cómo ha conectado con mujeres de todo el mundo ha sido emocionante. Más que un éxito, para mí es una historia compartida: un perfume que refleja quiénes somos en Carolina Herrera, nuestra actitud ante la belleza y esa forma tan nuestra de entender la feminidad, siempre con carácter. Hay algo muy emocional en Good Girl. Es cierto que el frasco seduce al instante, pero lo que realmente crea vínculo es el perfume en sí", explica a esta cabecera Carolina A. Herrera, directora creativa de Herrera Beauty. Durante esta década de fama y gloria el mítico tacón -sí, el *packaging* también ha jugado un papel fundamental-, el jugo se ha reinventado en diferentes declinaciones pero siempre fieles a la nota de cabecera con la que empezó todo: el jazmín (la flor favorita de Carolina Herrera madre, por cierto). "Diez años es un hito muy significativo. Es un momento para celebrar todo lo que la fragancia ha significado para las mujeres de todo el mundo y, al mismo tiempo, esperar con ganas lo que viene después", afirma la modelo Karlie Kloss. "El mundo cambia constantemente y lo más emocionante es ver a las mujeres continuar redefiniendo lo que significa ser audaces, seguras y ellas mismas". Para la modelo, el éxito de esta conexión "es la capacidad de Good Girl para reflejar la dualidad que sentimos. Fuerza y suavidad. Elegancia y vanguardia. Carolina Herrera siempre ha entendido que la feminidad nunca es solo una cosa", concluye.



LA FLOR DE LA CASA
Para celebrar este hito, Good Girl se declina con Jasmine Absolute, un aroma homenaje a la flor que tanto ha inspirado a la marca de moda en sus colecciones. "Con el zapato hemos explorado colores muy vinculados a la casa como el rojo y el rosa, así como texturas y acabados", explica Herrera en torno a la historia de este icónico frasco.

FOTOS: CORTESÍA DE CAROLINA HERRERA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



FOTOS: CORTESÍA DE LA MARCA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

“MI MADRE SIEMPRE ME DECÍA QUE USARA PRODUCTOS DE BELLEZA PARA REALZAR MIS RASGOS NATURALES, NUNCA PARA ESCONDERLOS”.

Aterrizar en España y que lo que más ilusión le haga sea encontrar unas aceitunas de una marca concreta. No hay mejor anécdota para reflejar el espíritu siempre socarrón de Leandra Medine Cohen, que hace unas semanas pasó por nuestro país para entregar el premio Icono a la firma Mans, en la cena inaugural de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid organizada por Nars Cosmetics. “Siento un profundo respeto por el proceso creativo en general, y me encanta conocer a los diseñadores y trabajar con ellos. Exponer tu trabajo ante el mundo me parece un acto muy arriesgado. Supone una gran vulnerabilidad y me alegro de que Nars lo apoye”, meditaba la neoyorquina minutos antes del evento, que tuvo lugar en el Teatro Real de la capital.

La autora, más conocida por su *alter ego* y blog *Man Repeller*, no solamente aprovechó la ocasión para lucir moda española (que considera tan alegre como divertida), sino también para salirse un poco de su zona de confort en términos de belleza. En su día a día, Medine Cohen no suele recurrir ni a máscara de pestañas ni a delineador, pero esta vez quiso atreverse con un efecto de ojos ahumados para acompañar su *look* tan sencillo y natural: “En las pasarelas de Milán y París vi que se resaltaba mucho la mirada. Hubo mucho *smokey eye* en el desfile de Prada y también en el de Tom Ford. Creo que me estoy inspirando en las últimas semanas de la moda. Quiero ver si me queda bien. Tengo muy poco espacio entre los ojos y las cejas, pero si alguien puede hacerlo, esa es Jen”, comentaba al respecto de la *make-up artist* Jen Barreiro, encargada de preparar su rostro previamente de cara al evento.

En su rutina de belleza, Leandra es más bien parca. Prefiere limitarse a unos pocos cosméticos, aunque admite que no puede vivir sin un buen gel que le ayude a dar forma a sus pobladas cejas o un *lip stain* –esto es, un tinte labial– para conseguir un sutil toque de color en los labios. Que elija opciones como la barra multifunción The Multiple, de Nars, también revela una intención pragmática que aplica frente al espejo: “Se puede usar para todo, en los labios, en las mejillas... incluso un poco en la punta de la nariz. Es el mejor. No vais a poder vivir sin él. Es de por vida”, opina. Entre sus gestos de maquillaje diarios tampoco puede faltar un corrector de ojeras: “De mi madre he heredado estas cositas”, dice señalando la parte inferior de sus ojos. “Son mis bolsos de diseño. Bolsas, más bien”, comenta en un tono guasón. De su progenitora, dice, también tiene asimilada una de sus mayores lecciones de belleza: “Mi madre siempre me decía que usara productos para realzar mis rasgos naturales, nunca para esconderlos o para cambiarlos. Esa frase se me quedó grabada”.

Para esta escritora existen varios factores que influyen en su elección de belleza, y la moda también juega un papel fundamental. “Cuando me pongo prendas minimalistas, me atrevo a experimentar con más cosméticos. Con Nars, el maquillaje puede hacerte el *look* al completo para lucir de lo más *cool* y sofisticada”, expone para esta cabecera. Su vínculo con la marca traslada la nostalgia a su neceser. Por ejemplo, recuerda que los primeros polvos bronceadores que compró fueron de Nars, en el icónico tono Laguna. También evoca el colorete Orgasm, que le regaló la abuela de su marido al poco de conocerlo: “Así es como supe que él era el adecuado”, confiesa, divertida.



Barra multiusos The Multiple y colorete Orgasm, ambos de NARS.

LOS ESENCIALES DE LEANDRA

La escritora y creadora digital confiesa que entre sus recuerdos vinculados a la cosmética de Nars destaca el colorete Orgasm de la marca que le regaló la abuela de su marido. Otro básico que no puede faltar en su neceser es la barra The Multiple. Los motivos son obvios: de los labios a la punta de la nariz, permite conseguir distintas aplicaciones para un maquillaje perfecto. Y todo con un único producto.

Revistas.PeruRadio.net.pe

¿A QUÉ HUELE LA LUZ?

Los creadores de la nueva composición de ISSEY MIYAKE, LUMIÈRE D'ISSEY, *cuentan a* LAURA SOLLA *cómo se consigue materializar lo intangible, cómo huele lo que no se puede oler.*

El término japonés *hikari* (光) se traduce literalmente al castellano como luz, pero en Japón también alude a la manera en que esta se posa sobre las cosas y las transforma, alterando, a su vez, nuestra manera de percibirlas. Porque aún sin forma, la luz define todas las siluetas, condiciona cómo vemos el mundo y, aun así, sigue siendo incorpórea. Intentar capturarla ha sido la obsesión compartida de cineastas, arquitectos, pintores, y escultores; de artistas de todo tipo. Y también, claro, de perfumistas. Fabrice Pellegrin y Marie Salamagne, narices detrás de la nueva creación de Issey Miyake, se enfrentaban a ese desafío de convertir en tangible lo intangible con su última fórmula. Tras más de un año de trabajo conjunto, sus esfuerzos en el proyecto dieron sus frutos y *Lumière d'Issey* vio, valga la redundancia, la luz.

"En este nuevo perfume femenino de Issey Miyake hemos trabajado mucho la sensación de juventud, de radiación, de placer. Para nosotros hay un vínculo entre la luz y casi una forma de sonido, algo muy vibrante, como una especie de danza. No es un sonido real, claro, pero sí una sensación muy viva", me explicaban los perfumistas, en el salón de la *suite* de un impresionante hotel del centro de Copenhague, durante el viaje de prensa en el que se presentó la fragancia a los medios internacionales el pasado enero. Como a propósito para la ocasión, la capital danesa estaba radiante aún estando en pleno invierno. "Para mí había una forma bastante evidente de expresar la luz: trabajar con la flor de azahar", revelaba Pellegrin. "Tenía claro que esta materia prima era clave, porque transmite inmediatamente una sensación luminosa. Al fin y al cabo esta delicada flor necesita de la luz para desplegar todo su carácter; es una materia que cobra vida gracias a ella". Con esta premisa, los perfumistas trabajaron precisamente en elevarla para dar más intensidad y luminosidad a la composición, llevando la nota lo más lejos posible. El resultado se traduce en un juego de contrastes entre un acorde luminoso y floral –marcado por la flor de azahar y la mandarina verde– y una base más profunda, cremosa y texturizada, donde aparecen el pistacho y los almizcles. "Es ese contraste lo que permite crear luz. No queríamos algo excesivamente *gourmand*, sino más bien una forma de atracción: no tanto una adicción como un deseo". Esta dualidad olfativa –de certificación vegana y compuesta por ingredientes de origen natural– se aprecia también en el resto de éxitos de la marca: en el icónico *L'Eau d'Issey* de 1992, acuático y luminoso, que buscaba recrear la pureza del agua; o en *Le Sel d'Issey*, marino y amaderado, revelando por primera vez el aroma de la sal, materia inodora en su estado puro. En esta nueva composición femenina, *Lumière d'Issey*, esa idea de materializar lo que no se puede poseer se refuerza a través del frasco. Un reto técnico que Yosuke Matsumoto, diseñador del equipo Miyake Design Studio Tokio, resolvió con creces. "El diseño del envase es fundamental porque, si bien no cambia el aroma en sí, sí puede transmitirlo. En este caso, la forma en que los triángulos captan la luz y la reflejan está pensada para realzar lo que hay en su interior; todo contribuye a que el contenido resulte aún más bello". Para el artista, el frasco logra así materializar el aroma de la luz, hacer tangible algo que, por naturaleza, no lo es. No es solo un contenedor, sino una interpretación del continente. Porque, según Matsumoto, la luz en sí misma casi parece un líquido, y al observar y sostener el frasco puede percibirse esa calidez. Esa es, en definitiva, su función: ayudar a comprender el perfume, traducirlo en una experiencia visual y sensorial. Misión cumplida: se hizo la luz.



Lumière d'Issey, de ISSEY MIYAKE, *es un 'eau de parfum' floral y ambarino con notas de salida de mandarina verde 100 % natural, neroli, corazón de azahar y acorde de madera de pistacho y sándalo.*

FOTO: SILVIA DE LA ROSA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: DIEGO QUINTANA. AYUDANTES DE ESTILISMO: ELISA MARTÍNEZ Y JULIA TABARES.

Revistas.PeruRadio.net.pe



VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com
infoadmisiones@voguecollege.com

Revistas.PeruRadio.net.pe

La RECETA *del* ÉXITO

Conocida por su paso por 'MasterChef ', VERO GÓMEZ *dejó la publicidad para abrirse camino en el universo culinario. Cinco años después, orquesta eventos, 'pop-ups' y 'caterings', ha publicado su propio libro y es una de las jóvenes cocineras con mayor influencia en las plataformas sociales. Por* GARBIÑE CONTINENTE.

Siempre había cocinado, pero nunca me lo había planteado como una vía profesional, la verdad. En parte, porque en casa no tengo referentes en ese terreno. Trabajaba como directora de arte en una agencia de publicidad; entonces llegó el COVID, hubo un ERTE en mi empresa que derivó en una crisis vital –un poco como le ocurrió a todo el mundo– y ahí fue cuando fui consciente de que necesitaba un cambio. Llevaba ya mucho tiempo queriendo salir de ahí, sentía que ese no era mi sitio, y pensé que la cocina podía ser un camino factible. Y como siempre he sido un poco atrevida, me lancé a intentarlo", recuerda Verónica Gómez (Salamanca, 1995) sobre el punto de inflexión que le hizo dar un giro de 180 grados a su carrera profesional.

Con ese nuevo objetivo en el horizonte, Gómez vio en *MasterChef* la oportunidad de formarse y obtener la visibilidad para iniciar un camino en el negocio gastronómico. No fue seleccionada en un primer intento, así que ideó un negocio de comida *delivery* –que vivía un *boom* sin precedentes en aquel momento– y, tres días antes de abrir, recibió una llamada del programa de la televisión pública, animándola a volver a intentarlo. El desenlace lo sabe casi todo el mundo: se presentó, fue seleccionada, llegó a la final y se coronó subcampeona de la décima edición del *reality show*. "Me cambió la vida desde el primer día que salí. Me ha puesto las cosas más fáciles, aunque he tenido que trabajar muchísimo, pero soy consciente del empujón que me ha dado. Lo volvería a repetir mil veces", reconoce.

Al salir del programa, descartó la idea de retomar su negocio de comida a domicilio y decidió explorar las diferentes posibilidades que ofrecía el universo gastronómico. Lanzó una marca de productos de alimentación y textiles, se trasladó a San Sebastián (Guipúzcoa) para formarse en el aclamadísimo Basque Culinary Center y trabajó en crear una marca personal que ganó fuerza gracias a su contenido en redes sociales. "Desde entonces no he parado de cocinar y he aprendido que dedicarse a la cocina no es solo tener un restaurante. Hay muchas otras vías que puedes explorar: tengo el proyecto del *catering* [más enfocado a la dirección

Revistas.PeruRadio.net.pe



Vero Gómez, en su estudio en Madrid, con chaqueta de BLAZÉ MILANO; *suéter de* ZARA; *y pantalón de* THINKING MU.

Revistas.PeruRadio.net.pe

"Creo que la cocina se ha DEMOCRATIZADO *mucho y le ha dado a* COCINEROS JÓVENES *la oportunidad de desarrollarse".*





creativa gastronómica], ofrezco asesorías a restaurantes, hago *pop-ups*, eventos, he ejercido como chef privado y, por supuesto, me he enfocado en la creación de contenido en redes sociales. Creo que la cocina se ha democratizado mucho y le ha dado a cocineros jóvenes la oportunidad de desarrollarse", reflexiona.

El panorama actual es un potenciador absoluto del talento y la creatividad, algo que abre muchos caminos a quienes buscan un hueco en la industria gastronómica; pero, al mismo tiempo, constituye una escena abarrotada donde destacar y mantenerse se presenta como un desafío constante. En el caso particular de Vero Gómez, encontró en los vegetales su seña de identidad: un producto rico, versátil, sostenible y no tan explotado con el que desarrollar una infinidad de creaciones. "Siento que mi cocina ha evolucionado muchísimo, porque han transcurrido cinco años desde que me dedico a esto, he pasado por la mejor escuela especializada del país, he colaborado con un montón de perfiles muy distintos. Así que obviamente ha cambiado. Pero, al mismo tiempo, siento que la raíz, la base –nunca mejor dicho– de los vegetales, sigue ahí presente", afirma.

Esa apuesta por poner en el centro el producto de la tierra le ha permitido una diferenciación que, en ese universo saturado de perfiles culinarios, se torna esencial. Pero, también implica cierto riesgo de ser encasillada. "Desde el primer día que hablé de los vegetales, la gente me relacionó automáticamente con conceptos como la cocina sana, las recetas de dietas o las elaboraciones con menos calorías. Y es algo de lo que he tenido que huir a conciencia", confiesa la chef, explicando cómo, en el lanzamiento de su libro de recetas –*Pinch: La pizca de creatividad que necesitan tus recetas* (Editorial Espasa)– dieron ciertos pasos estratégicos, como evitar el color verde en la portada o huir de todos los elementos propios de los libros de verduras. "He ido tomando decisiones en esta línea, como el diseño de mi *look and feel* o de mi perfil de Instagram, para que no se me posicione ahí. Y me han ofrecido de todo: he tenido propuestas de colaboraciones muy bien pagadas para hablar de cosas que nunca hablaré, como pueden ser dietas, restricción de alimentos y supuestos beneficios de alimentos milagrosos".

En ese sentido, Vero Gómez forma parte de una comunidad –de reciente creación– de chefs y creadores de contenido gastronómicos que han motivado un cambio de paradigma. Jóvenes que entienden la gastronomía como objeto de goce y diversión, que reivindican –a través de sus recetas y vídeos divulgativos– el producto local y de temporada y que, por supuesto, invitan a sus seguidores a explorar la creatividad a través de los alimentos. Una filosofía que huye por completo de los contenidos asociados a planes y dietas que protagonizaron la incursión de la cocina en las redes sociales. "Defiendo la comida como disfrute, para mí no existe otra forma de entenderla", sentencia la chef.

FOTOS: SILVIA DE LA ROSA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: MARÍA ANDRÉS (ANOTHER AGENCY) PARA DIOR BEAUTY. AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: DIEGO QUINTANA. AYUDANTE DE ESTILISMO: JULIA TABARES.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En la página anterior, a la izda., una ensalada de burrata con frutas; a la dcha., algunos de los libros y láminas que decoran el estudio de Vero Gómez. En esta página, una imagen del proceso de elaboración de uno de sus platos estrella: las 'cookies'.

Revistas.PeruRadio.net.pe



A la izquierda, una vista exterior del Hotel Corazón. En la página siguiente, un rincón de la zona de la piscina.

Empecé a vivir en Mallorca sin ningún plan de quedarme, la libertad y la naturaleza me trajeron aquí y me han mantenido desde entonces. La isla cuenta con un entorno maravilloso: rutas de senderismo, flores y lugares para bañarse. Mi parte favorita es el mar azul, limpio y tranquilo, en el que nadar hasta lugares que parecen perdidos en el tiempo". El testimonio de Kate Bellm (Londres, 1987) sobre su aterrizaje en el paraíso balear –hace más de quince años– es el retrato de una postal idílica que convencería a cualquiera de dejar atrás el ritmo frenético de las grandes ciudades e instalarse en el corazón del mar Mediterráneo.

Pero, ¿cómo acaba una exitosa fotógrafa de moda abriendo un hotel de lujo en Mallorca? "Mi carrera me llevó a la búsqueda constante de la localización perfecta, en la que poder fotografiar en espacios –tanto interiores como exteriores– completamente distintos entre sí y con una variedad de jardines. Y donde también reinase el sol durante todo el año", responde. Este fue el germen de Hotel Corazón, un alojamiento *boutique* con 15 habitaciones que incorpora, además, su propia granja, un restaurante, una tienda y un espacio pensado para la expresión artística.

A medio camino entre Deià y Sóller –dos de las joyas más aclamadas de la isla– la propiedad se levanta sobre una finca histórica, ubicada entre las montañas de la Tramuntana y el mar Mediterráneo. Bellm lo define como un refugio para la alquimia salvaje, por ser un hotel de montaña con granja propia que se presenta como el destino perfecto para aquellos viajeros que aprecian el valor de cosas tan básicas como andar descalzos, comer directamente de los árboles, nadar de noche en el mar o saltar entre rocas rodeados de cabras montesas. "Hotel Corazón es un lugar para hacer cosas que te dan miedo o, simplemente, para no hacer nada. Es un destino para perderte y encontrarte al mismo tiempo", confiesa la artífice del proyecto.

Así, tras una década en la isla, la fotógrafa británica decidió abrir las puertas de un lugar pensado para personas creativas en busca de un refugio inspirador, donde la sostenibilidad, la comida saludable y la conexión con el entorno estuviesen en el centro de la propuesta. "También quería un lugar que fuera fiel al espíritu artístico para alojar a todos los equipos que visitan Mallorca para trabajar en producciones. Deseaba que se sintieran como en casa, que comieran sano y que se marcharan nutridos e inspirados", concede. Para ello contó con el estudio local de arquitectura Moredesign y con Tatjana von Stein –amiga cercana de la fotógrafa– para la propuesta gastronómica. El resultado fue un hotel destino donde la estética retro de los años 70 domina parte del interiorismo: tonos rosas, estética romántica, muebles circulares y ciertas referencias a California y México. "Diseñar un hotel fue un proceso creativo completamente nuevo: imaginar texturas, sentimientos, recuerdos y sensaciones para lo que experimentarían nuestros futuros huéspedes".

Aunque el establecimiento abrió sus puertas en junio de 2023, Kate Bellm entiende el proyecto como un cosmos en constante evolución. Por eso, la temporada pasada inauguró un nuevo restaurante que reforzaba el compromiso de Corazón con el entorno gracias a un menú diseñado por la chef Eliza Parchanska con productos cultivados en su propio huerto, a escasos metros de la cocina. "Quería compartir con esta nueva generación de viajeros las cosas que amo de Mallorca: que sintieran la belleza salvaje y auténtica de la isla, que comieran alimentos directamente de los árboles de nuestra granja, que entrasen a formar parte de nuestra comunidad local al convivir con nuestro increíble equipo y que se sintieran cómodos en nuestras habitaciones, con la decoración, los materiales de lectura y el arte", explica.

El resultado es un retiro idílico en el que la fotógrafa ha proyectado tanto sus deseos estéticos como los anhelos relacionados con un estilo de vida en torno a la naturaleza, la sostenibilidad y el autocuidado. "Quería ofrecer un lugar donde poder tomar un té medicinal a medianoche en un ambiente cálido y acogedor, y crear un pequeño latido en medio de las montañas para todos los que viven en esta parte de la isla", sentencia.

FOTOS: KATE BELLM.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Nicole



Revistas.PeruRadio.net.pe



A punto de cumplir una década en la profesión, la actriz NICOLE WALLACE *se sienta con* ALBERTO SISÍ *para reflexionar sobre su meteórico* ASCENSO, *desgranar las claves de su futuro y repensar su relación con una* FAMA GLOBAL, *explosiva y apabullante.* *Fotografía* DAVID GÓMEZ-MAESTRE. *Estilismo* HELENA CONTRERAS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En la doble página anterior, Nicole Wallace luce blusa de gasa estampada, de PUCCI. *En esta página, traje de baño y pendiente, ambos de* CHLOÉ.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Traje de baño y vestido, ambos de PALOMA WOOL; *jersey de* NICCOLÒ PASQUALETTI; *cinturón, brazaletes y anillos de pies, todo de* SIMUERO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Hay estrellas que piden todo tipo de cosas inimaginables antes de una sesión de fotos de portada. De toallas por cientos a comidas de un determinado color. No es el caso de Nicole Wallace (Madrid, 2002), una estrella por méritos propios –dos de las películas de las que es protagonista, *Culpa mía* y *Culpa tuya*, son las más vistas en español de la historia de la plataforma Prime Video y acumula más de 11 millones de seguidores en Instagram–, pero una que no es como ninguna otra. Lo único que rogó tener en estas fotos en las reuniones previas al día de la producción fue un caballo. Y el elegido es ese ejemplar blanco que se ve en las instantáneas, Blai, el animal que robó todas las miradas durante una tarde de marzo en un tranquilo y pintoresco pueblo de la Costa Blanca.

"Poder hacer la portada en una sesión en la que ha habido hasta un caballo significa mucho para mí. Es el Año del Caballo, pero además yo siempre me he sentido muy conectada a ellos", cuenta la actriz en un momento ya tranquilo tras 36 horas frenéticas en las que no puso ninguna pega a acostarse tarde, levantarse prontísimo y viajar por sinuosas carreteras para encontrar enclaves únicos como los que se ven en las imágenes. Todo ello sin perder ni un minuto su característico buen humor. "Llevo desde que soy muy pequeña trabajando con *Vogue* [apareció en algunos de los capítulos de la serie *Fashion Drama* siendo adolescente], me hace mucha ilusión esto y más con un título como el que estoy a punto de estrenar".

Ese título al que se refiere es *La casa de los espíritus*, la nueva adaptación de la que puede que sea la novela más conocida de Isabel Allende. Fue en 1993 cuando llegó por primera vez a la pantalla, en forma de película y con Jeremy Irons, Meryl Streep, Winona Ryder o Glenn Close en el reparto. Ahora, el texto de la chilena retorna en forma de serie a Prime Video el 29 de abril. Una superproducción con reparto global e hispanohablante en el que Nicole Wallace encarna al personaje de Clara del Valle, central en el desarrollo de la trama. "Es el libro favorito de mi madre. Cuando me llamaron e hice el *casting* –no tenía ni idea de lo que era, sinceramente– , se lo mencioné y se volvió completamente loca. Participar en cosas así, que sabes que gustan tantísimo a alguien tan cercano, te hace mucho más feliz", concede la actriz.

Con esta serie, Nicole Wallace da el salto a una producción enteramente internacional. "Solo por ser el material que es, quería tomármelo muy en serio. Es una serie de época y tengo un personaje icónico que es muy importante para mucha gente. Imagínate, la última que se metió en su piel fue Meryl Streep. Se siente una presión grande", cuenta. Su preparación para encarnar a Clara poco tuvo que ver con la de personajes anteriores en su carrera. "Me fui rápido a Chile e hice mucho trabajo con un par de viajes astrales para hablar con Clara del Valle. Es una serie muy mística y me dio la excusa para explorar todo eso, me ayudó a aceptar mi propia espiritualidad", concede. "Fue una locura porque hice uno donde hablé con Clara y me contó que estaba muy nerviosa por la adaptación, porque la primera no había sido fiel del todo, pero que confiaba en mí".

Esas experiencias extracorporales fueron novedosas, pero quizá no lo más complicado del proceso. "La *showrunner* [Francisca Alegría, cocreadora junto a Andrés Wood y Fernanda Urrejola] construyó un grupo muy guay y nos llevó a una casa para abrir los registros. La *script* era bruja y conseguimos sacar mucho llorando", recuerda. "Esto no son solo personajes en un libro, están las personas reales de la familia de Isabel que son la fuente de inspiración. Había muchas capas en las que se requería ser muy respetuoso. La historia lleva el peso de muchas mujeres maltratadas o violadas, y esa energía al intentar meterte en el personaje se siente. Esto hizo que fuera un intenso viaje emocional para todas las que participamos en esta serie".

El viaje emocional y el respeto por todas esas mujeres también pasaba por el hecho de que esta actriz madrileña aprendiera a hablar con perfecto acento chileno. "Al principio estaba cagada. ¿Cómo iba a hacer yo de chilena? Ni siquiera soy latina y me surgió un síndrome del impostor *heavy*. Trabajando con la *coach* de dialecto (todos tuvimos una), que es increíble, nos dimos cuenta de que había mucho en común con el andaluz o el canario", explica. "En la serie se habla un chileno de época y cada uno venía de un lugar distinto por lo que había que encontrar una forma de hablar común a todos".

Eduard Fernández, Maribel Verdú, Dolores Fonzi, Antonia Zegers o Alfonso Herrera son parte de los intérpretes que acompañan a Wallace en esta aventura. Y con Herrera comparte la actriz un buen puñado de escenas. Es el único actor que aparece en todos los capítulos de *La casa de los espíritus* y el encargado del papel de Esteban Trueba, ese marido infiel de Clara. "Nicole tiene una claridad que es poco común y la ejerce con mucho respeto. Un respeto hacia el proceso, el equipo y la historia que está contando", comparte el mexicano. "Es tremendamente profesional, pero no desde una rigidez sino desde la

Revistas.PeruRadio.net.pe



Jersey de AMERICAN VINTAGE; *y broche de* Nº 21 BY ALESSANDRO DELL'ACQUA.

NOTA DE BELLEZA
Para reparar una melena al sol como la de Nicole se puede emplear tras el lavado de pelo Masque Crème Hydra-Glaze Gloss Absolu; y por la noche, K Nutritive 8h Magic Night Serum, todo de KÉRASTASE.

Revistas.PeruRadio.net.pe





En esta doble página, top Monogram de 'jacquard', braga de biquini y colgantes Color Blossom BB Sun de oro amarillo con diamantes, todo de LOUIS VUITTON.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

sensibilidad. Escucha, propone y se involucra. Eso, en un medio que cambia tan rápido como este, marca una diferencia contundente. Hay una intención genuina de aportar y tiene una ética de trabajo muy sólida".

No es el actor el único que destaca la ética laboral de Nicole Wallace en sus proyectos. Eso es algo que vieron al conocerla Ana Sainz-Trápaga y Patricia Álvarez de Miranda, las directoras de *casting* que la encontraron para su primer proyecto, la adaptación española de la serie *Skam* en la que interpretaba al personaje de Nora. "Cuando entró por la puerta la primera vez nos sorprendió la alegría y la ilusión con las que venía. Estábamos buscando el reparto y trabajábamos con muchas improvisaciones", cuentan las mujeres al frente de Veló Casting. "Nicole no tenía experiencia ni se había formado como actriz, pero su instinto era muy bueno y tomaba decisiones dentro de las improvisaciones muy acertadas y que iban en la línea del personaje que finalmente interpretó", apuntan. "Nos encanta ver la evolución que está teniendo. Nicole –al igual que el resto de reparto de la serie, son y siempre serán nuestros niños–. Cuando estamos con ella es un gusto hablar de cine, los referentes que maneja y las ganas que tiene de seguir aprendiendo. Es una actriz que creemos que puede llegar a donde quiera y que mantiene intactas la ilusión y alegría que tenía el primer día".

La mencionada evolución de Wallace pasa por hitos como uno que se anunció el pasado mes de octubre. La actriz firmaba entonces un acuerdo con Prime Video. "Tengo exclusividad en series estadounidenses. Si quiero hacer una en España, puedo, pero ellos tienen que aprobar. En pelis no hay ninguna limitación, puedo hacer todo", explica la actriz. "A un tiempo estoy llevando cosas que quiero producir con Prime; están superabiertos a cualquier propuesta con la que yo llegue". Al calor de ese acuerdo nace, por ejemplo, *Postcards from Italy*, una comedia romántica en forma de serie que llegará a la plataforma en algún momento del año, rodada en Italia y en inglés. "Para mí encapsula muchas cosas que juntas la hacen perfecta. Hay un poco de romance, otro de moda y hasta una pizca de drama familiar. Estoy muy contenta con ella", cuenta la actriz. "En Italia he encontrado a una Nicole muy bonita. Los italianos son, por su carácter, como primos de los españoles y ha sido un rodaje fantástico".

Con este papel se separa, en cierta manera, de los roles juveniles que le han dado fama mundial. "Siento, sí, que dejo por un momento a la Nicole adolescente. Lo que intento hacer con todos los proyectos que elijo es seguir una línea recta y girar de repente a la izquierda, continuar recto y volver a girar a la derecha. Todavía estoy aprendiendo qué me gusta y qué no", reflexiona. "Igual en un futuro me doy cuenta de que lo mío es hacer terror o *biopics*, pero ahora mismo estoy buscando. Nunca quiero decirle adiós a la Nicole *teenager* porque cuanto más tiempo pueda hacer papeles adolescentes, más tiempo durará mi carrera. Me encantan los *coming of age*, las historias de personas jóvenes, que es lo que soy".

Esa carrera, a pesar de lo que pueda parecer, no llega todavía a la década de duración. No hay que perder de vista que Nicole Wallace cumplía 24 años el pasado 22 de marzo. "Los siento como si llevara nueve años o como si llevara solo dos, depende del día. Este año, además, con todo esto que ha supuesto el *trend* de 2016 o 2026. Tengo muchas amistades a las que conocí entonces, llevamos diez años siendo amigos y es muy loco", comparte la actriz. "Por un lado siento que estoy empezando mi carrera, pero por otro me doy cuenta de que ya tengo muchas tablas. Me veo así en eventos o haciendo una *red carpet*. Es algo que literalmente he mamado", admite. "Mi madre siempre me llama Baby Yoda, dice que vengo con una mochila de sabiduría y templanza extraña".

Pero esa serenidad se vio alterada en un instante. Un momento definitorio en toda esta trayectoria fue protagonizar la trilogía de la saga *Culpables*, la adaptación de los libros de Mercedes Ron. Dos de esas películas se convirtieron, como ya se ha mencionado, en lo más visto en español de Prime Video. El nivel de exposición propició que se hablara de todo alrededor de las producciones –mucho más allá de lo estrictamente profesional– y dejó exhausta a la actriz. "Ni me acuerdo de la gira promocional, la tengo borrada de mi cabeza", admite con total honestidad. "Pienso que siempre puedo con todo, hago todo y acabo todo lo que llegue. No me importa, me encanta y estoy agradecida, pero eso es un arma de doble filo que afecta principalmente a las mujeres: tenemos que estar siempre agradecidas y en deuda con el trabajo que se nos da –una mentira podrida–", continúa. "Un momento clave de aquel año se dio en Paris Fashion Week, me acababan de ofrecer

> *"Pienso que siempre* PUEDO CON TODO *y hago todo [...]. Es un* ARMA *de* DOBLE FILO *que afecta a las* MUJERES*".*

Revistas.PeruRadio.net.pe



Vestido transparente, de PALOMA WOOL; *biquini con cristales, de* EMPORIO ARMANI; *y biquini calado, de* ELISABETTA FRANCHI.

Revistas.PeruRadio.net.pe



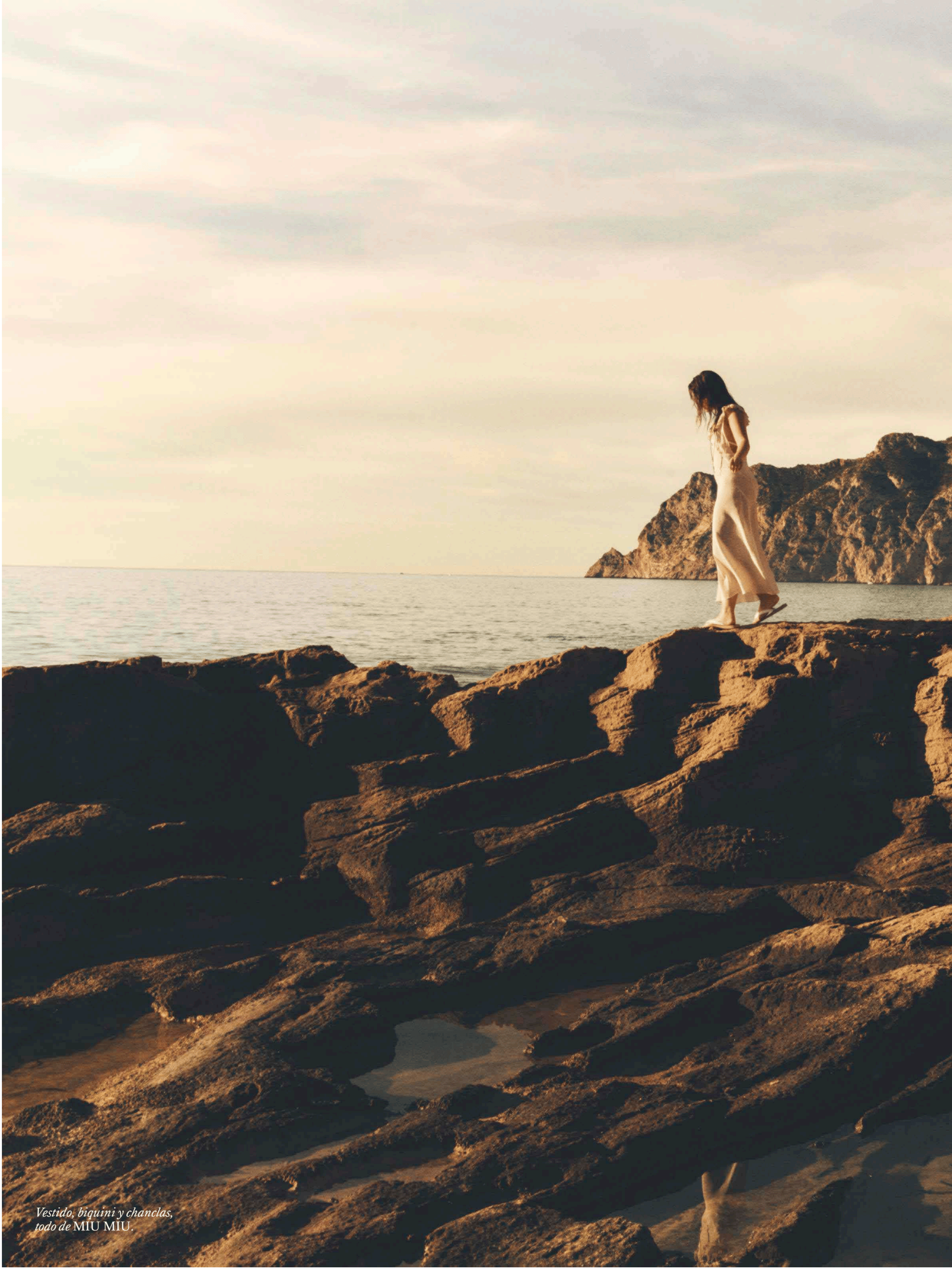
En esta página, top de biquini, de ALANUI; *y camiseta de* ISABEL MARANT. *En la página siguiente, jersey de* AMERICAN VINTAGE; *broche de* Nº 21 BY ALESSANDRO DELL'ACQUA; *'culotte' de* MISSONI; *y cinturón de* ISABEL MARANT.

Revistas.PeruRadio.net.pe



NOTA DE BELLEZA
La melena de Nicole se ha trabajado con la crema Frizz-Glaze Cream y Le Parfum, de la línea Gloss Absolu. Para el acabado final, L'Huile Originale, todo de KÉRASTASE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Vestido, biquini y chanclas, todo de MIU MIU.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

“Estoy haciendo películas y series que pueden mejorar VIDAS, *conseguir cosas* INCREÍBLES, *pero es algo que seguirá pasando si no sigo en esta* INDUSTRIA”.

el *deal* de Amazon, venía de una reunión con todos mis *repres*, de estar una hora y media hablando, y con mis abogados explicándome todo. Entonces me surgieron los dos *castings* más increíbles de mi vida. Exactamente lo que llevo diciendo que quiero hacer desde los catorce años, estaba ahí. Me ahogué. Apagué el ordenador y tenía a seis niñas en la puerta del hotel gritando, ni siquiera me había dado cuenta. Cerré la ventana y me dio un ataque de ansiedad que no podía con mi alma. Mientras tanto, estaba por ahí todo lo de *Culpas*”.

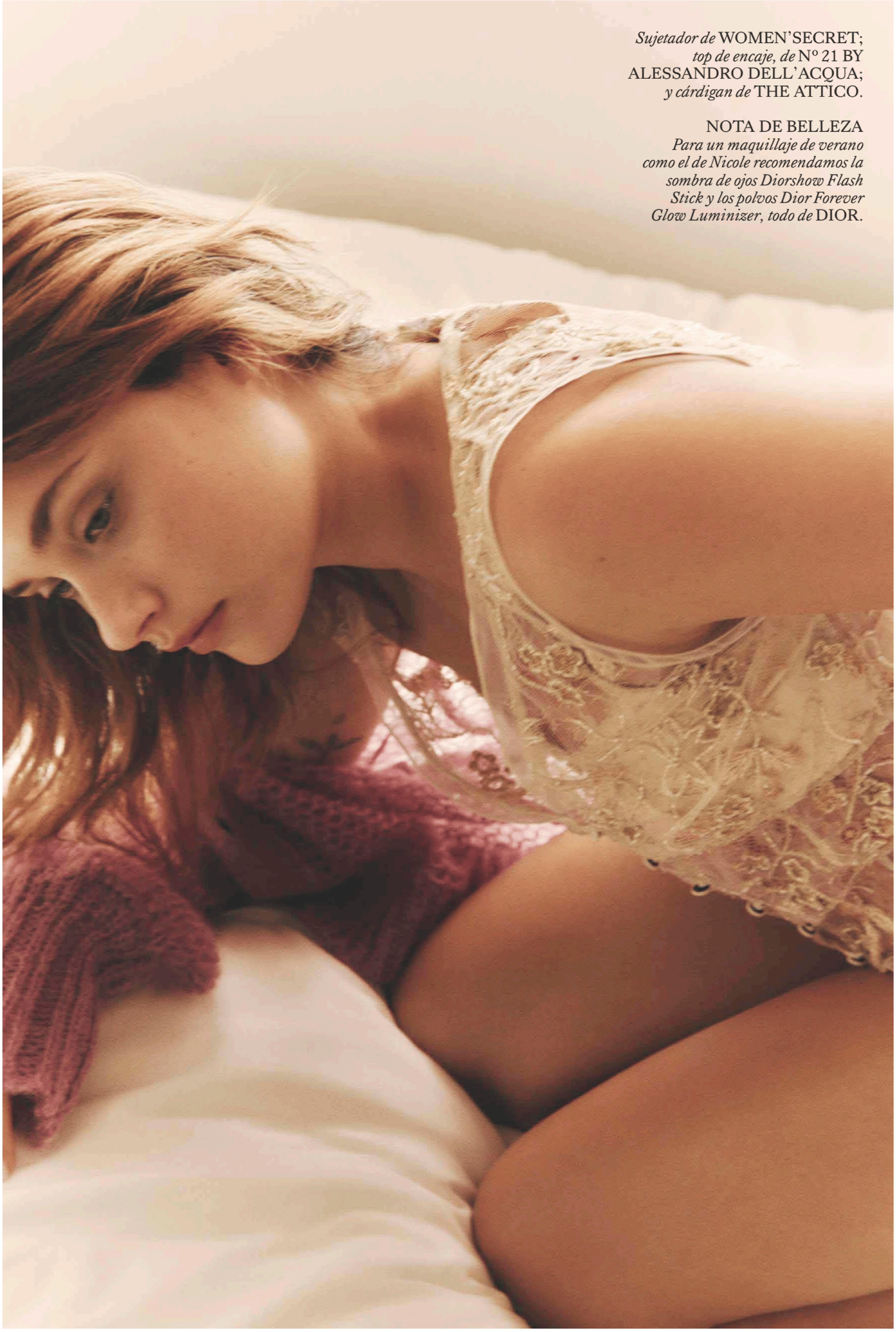
Aquel momento de angustia supuso un punto de inflexión en la vida de Nicole Wallace. “Yo había perdido ya una buena cantidad de privacidad. Había gente inventándose cosas sobre mí, que involucraban a mi familia y a mis amigos. ¿Quería eso multiplicado por diez si me iba a Hollywood? Ahí me desmoroné. Sigo en ese proceso porque es algo tan grande que no se te va de un día para otro, no recuperas el control de repente”, explica. “Lo que me ayuda a sobrellevarlo es pensar que en el fondo esto da igual. No estoy salvando a nadie con mi trabajo, no soy neurocirujana, policía o bombera. Estoy haciendo películas y series que pueden mejorar vidas, conseguir cosas increíbles y preciosas en otras existencias, pero es algo que seguirá pasando si no estoy en esta industria”, apostilla. “También me alivia tener una red de familiares y amigos que me sujetan. No necesito más”.

Y entonces decidió tomar aire y parar. “Cien por cien. Es un pensamiento recurrente. Necesito días de dejar el móvil, desaparecer y no ser percibida”, cuenta. “Recuerdo estar en una reunión con mi madre y mi representante y pensar: ‘Sinceramente, no me apetece una mierda hacer este personaje’. Era lo último que en aquel momento me apetecía hacer en mi vida. El personaje no se lo merecía, requería de alguien que lo cogiera con ganas. Tampoco lo merecía la serie”, admite. “Me daba miedo parar. Al mes de aquella conversación me fui a Los Ángeles y se me juntaron un montón de cosas. Mi abuela no estaba bien, estaba malita a punto de morirse. Yo estaba allí buscando *repre* americano, que me dio todo el bajón porque realmente no sabía si estar en Hollywood era lo que yo quería”, recuerda. “Tuve una depresión a causa de esto, estuve medicada un tiempo y hasta que no se me colocó todo no pude tomar la decisión de no hacer aquella serie”, continúa la actriz. “Al mes me llamaron de *La casa de los espíritus*. La ilusión de mi madre y ver las separatas del *casting* hicieron que me apeteciera, volví a estar inspirada y monté mi carpeta de Pinterest, que es lo que hago con todos los personajes. Gracias a esta serie salí en parte de ese pozo y tuve ganas de volver a entrar en set. Además, fue uno de los rodajes más preciosos en los que he estado”.

Aunque empezó como modelo infantil, Nicole Wallace siempre tuvo claro que quería ser actriz. “A mí siempre me ha gustado estar delante de una cámara, aunque de pequeña era la de mi hermana o la de mi padre. Cuando mi hermana se pasó al vídeo –videoclips o movidas– yo siempre estaba ahí delante. Luego, con mis amigas, también estaba todo el día montando series”, recuerda, aunque su hermana, la directora Chloé Wallace, fue la que amplió sus miras: “Ella sí estudió interpretación en Cristina Rota. Empezó en un momento dado a hacer *castings* y dije: ‘Qué divertido, yo también quiero’. Aprendí estando en salas de audiciones, con los *dires* dándome indicaciones y entendiendo cómo funcionaba”, rememora. “Cuando acabé *Parot* (que hice a la vez de *Skam*) tuve un momento de duda, con 18 años, y tenía que decidir qué seguía probando. Me metí porque era divertido, pero ¿realmente era lo que quería hacer el resto de mi vida? Estuve dándole vueltas y lo que me hizo ver que de verdad quería actuar fue ir a clase, estar en [el estudio de Juan Carlos] Corazza y entender de lo que iba la profesión”, apunta. “Me encantaba cantar y bailar, pero también el teatro. Me guardo [la serie] *Ni una más* en el corazón porque ahí supe que profesionalmente era lo que quería seguir explorando. Estar en un set rodeada de gente que se dedica a lo mismo que yo me hacía abrir los ojos. Me enamoré también del hecho de liderar proyectos”.

Las dos hermanas compartieron vocación e inicios a una edad muy temprana, pero eso nunca alimentó una rivalidad entre ellas. “Mi hermana enseguida se dio cuenta de que lo que le gustaba era estar detrás de la cámara. Creo que si hay algún roce tendrá que ver con el hecho de que yo decida en algún momento que voy a producir. Mi sueño sí es trabajar en proyectos conjuntos, que ella escriba y dirija, y yo actúe”, razona. “Ya es algo que inconscientemente hacemos. Con sus proyectos, me manda guiones, veo

Revistas.PeruRadio.net.pe



Sujetador de WOMEN'SECRET; *top de encaje, de* Nº 21 BY ALESSANDRO DELL'ACQUA; *y cárdigan de* THE ATTICO.

NOTA DE BELLEZA
Para un maquillaje de verano como el de Nicole recomendamos la sombra de ojos Diorshow Flash Stick y los polvos Dior Forever Glow Luminizer, todo de DIOR.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta página, jersey de LORO PIANA; *falda de* CONNER IVES; *collar de* GIVENCHY BY SARAH BURTON; *y sandalias de* KALDA. *En la página siguiente, biquini y vestido, ambos de* MIU MIU.

Revistas.PeruRadio.net.pe



NOTA DE BELLEZA
Nicole lleva la base fluida Forever Hydra Nude y el aceite labial Dior Addict Rosy Glow, todo de DIOR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

selftapes y hasta fotos de *fitting* con actores. Yo le mando todos mis proyectos y se los lee cuando tiene un rato".

La relación entre ambas es envidiable. Se acompañan en sus proyectos, se apoyan sobre la alfombra roja y se dejan ver juntas siempre que tienen ocasión. Así lo explica Chloé Wallace. "Ayer celebramos el 24 cumpleaños de Nicole, y hoy solo puedo pensar en ella irradiando luz. Creo que eso es de las pocas cosas en las que toda la gente que la rodea puede estar completamente de acuerdo: es luminosa de una manera que no se puede fingir ni ensayar", comparte la cineasta. "No puedo tener más suerte. Esa bolita de luz me llena de sostén y de amor de una forma que no sé muy bien cómo explicar. Nicole siempre ha tenido algo espiritual, una sabiduría que va mucho más allá de sus años. Aunque yo soy la hermana [ocho años] mayor, hay algo que encuentro en ella que no voy a encontrar en nadie más. Un faro. Algo fijo en lo que puedo mirar cuando me pierdo un poco y que sin decir nada, me recuerda que todo está bien".

Comparten ambas también la forma de verbalizar su rechazo a la violencia sobre las mujeres y al machismo. La entrevista con Nicole Wallace tiene lugar el mismo día en el que Chloé publica un texto en su cuenta de Instagram que pronto se vuelve viral y rechaza el auge de esa nueva delgadez y la brutalidad que simboliza sobre los cuerpos femeninos. "Rodando *La casa de los espíritus*, gané un par de kilos después de Los Ángeles y los antidepresivos. Me veía fatal. La única paz la encontré en el hecho de que el personaje está primero embarazada y luego tiene un hijo. Venía de puta madre que estuviera un poco más llena. Cuando acabé, me enteré de que tengo lipedema", comenta. "Nada quita que yo mañana tenga la sesión de la campaña de Women'secret o esta portada con *Vogue* y quiera entrenar durante dos meses para verme bien y guapa, pero la realidad es que se nos juzga por existir: no eres suficientemente guapa y no lo estás haciendo suficientemente bien", reconoce.

"Se puede luchar en contra de manera consciente. Ser un ejemplo para alguien que no tenga la cara chupada y no se le noten los huesos, que tengan unas piernas como las mías o un culo y unas tetas parecidas. O mis labios. A mí, siendo la persona más normativa del mundo, me da mucha rabia que niñas o mujeres me vean y puedan pensar que estoy gorda", reflexiona la actriz. "Sé que no estoy gorda. Es un *gaslighting* que se hace entre todas las mujeres. No, no, no estoy gorda. Soy una persona bastante delgada, pero estamos normalizando una enfermedad. Una epidemia. Y también es política. Se nos busca que cada vez seamos más pequeñas, más frágiles y tengamos menos fuerza para ser manipulables. Y punto. Soy consciente de eso", comparte. "No quiero verme más delgada, es que el mundo ahora quiere verme menos fuerte y yo busco estarlo. Si estar fuerte significa que voy a tener el brazo tres veces más grande que la actriz en la alfombra roja de moda pues bueno. Eso me angustia mucho, pensar que alguien se crea al cien por cien que un cuerpo como el mío es gordo".

Desde sus comienzos, Nicole Wallace ha peleado sin descanso contra la exposición que no está estrictamente relacionada con la promoción de sus películas o series, o con las causas sociales que abandera en su día a día. "Me sienta mal. Lo llevo mal por dentro, pero no me meto en un agujero negro como le puede pasar a mucha gente e intento que no me afecte. Soy afortunada, no penetra debajo de la piel. Si lo pienso, sí, es una mierda, pero sobre todo cuando meten a gente de mi alrededor que no lo ha decidido", comparte. "También cuando se meten con mi profesionalidad o mi integridad, me afecta bastante más. Si alguien dice que yo la he tratado mal, no voy a salir a contestar, pero sé que es mentira. Creo que es algo que nos pasa a todos. Vivimos un momento histórico en el que existe la inteligencia artificial, todo es falso y no sabemos siquiera qué estamos viendo en la pantalla".

A pesar de todo, la actriz tiene claro, como evidencia en varios puntos de esta conversación, la manera que tiene de mantener sus pies en la tierra. "Leo, escribo, hago yoga y estoy rodeada de mis amigos, mi hermana, mi madre o mi padre. Viajar es un apoyo muy guay. Lo hago mucho y no solo por trabajo. Me encanta", explica. "Me da pena perder la felicidad que me proporciona. Si viajo, lo hago sola. Pasado mañana me voy dos días sola a Londres y es algo que me chifla. A veces toca también estar en casa y no pasa nada por parar sin hacer nada", cuenta antes de soltar la bomba con la que concluye esta entrevista: "Me voy de Madrid. Este año me voy a Nueva York a estudiar teatro", cuenta. "Una de las cosas que me ayudó a salir del hoyo fue poder ir a Broadway, sentirme inspirada y creativa otra vez. Eso pasó por ver a gente tan talentosa haciendo lo que hacían". Hay mucha vida más allá del *streaming* y la de Nicole quizá pasa por las tablas de un escenario.

"A mí, siendo la mujer más NORMATIVA *del mundo, me da* RABIA *que niñas o mujeres me vean y piensen que estoy* GORDA*".*

Revistas.PeruRadio.net.pe



Top y falda, ambos de PAULA'S IBIZA LOEWE.

Peluquería: Jesús de Paula (Cool Producciones) para Kérastase. Maquillaje: Manuela Pane (Kasteel Management) para Dior Beauty. Ayudante de estilismo: Paloma Gutiérrez. Producción: Sample. Agradecimiento: Hotel Ritual de Terra Moraira.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



UN ESPACIO PROPIO

El Museo Metropolitano de Arte de Nueva York ha otorgado por fin un lugar protagonista a las nuevas galerías del Costume Institute, cuya exposición de primavera, 'COSTUME ART', *pone a dialogar* MODA Y ARTE *a la misma altura, borrando cualquier distinción entre ambas disciplinas. Fotografía* ETHAN JAMES GREEN. *Por* DODIE KAZANJIAN.

De izda. a dcha., Ashley Graham, Bhavitha Mandava y Devyn Garcia, representando a las tres gracias en las nuevas Condé M. Nast Galleries del Met, con diseños de inspiración helénica. Graham lleva vestido de DI PETSA; *Mandava, de* TORY BURCH; *y Garcia, de* MICHAEL KORS COLLECTION.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



En la página anterior, Angelina Kendall con vestido de DURAN LANTINK, *cuyas serpenteantes formas recuerdan a la obra de Jean Arp (sobre estas líneas), 'Configuration in Serpentine Movements I' (1950), extraída de la colección del Met.*

JEAN ARP © 2026 ARTISTS RIGHTS SOCIETY (ARS), NEW YORK / VG BILD-KUNST, BONN.

Revistas.PeruRadio.net.pe

La moda es más arte que el propio arte”, aseveró Andy Warhol, quien, 39 años después de su muerte, sigue teniendo casi siempre la última palabra. ¿Puede la moda considerarse arte? Y el arte, ¿acaso no es también moda? La respuesta a estas eternas y tediosas pesquisas podría llegar este mes de mayo, cuando el Costume Institute del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York (popularmente conocido como el Met) abandone el sótano que ha ocupado durante años para expandirse escaleras arriba, pegado nada menos que al Great Hall del Met. “En cierto modo, la moda va más allá del arte”, esgrime Andrew Bolton, comisario jefe del citado instituto del traje. “Encarna nuestra experiencia vivida. Es la única forma de arte que hace tal cosa”.

La moda ocupará ahora un lugar preponderante en el museo, en la que fue hasta ahora la vasta tienda de regalos, flanqueada al norte por las salas de Egipto, al sur por las de Grecia y Roma. Por fin con casa propia, las nuevas Condé M. Nast Galleries del Costume Institute –bautizadas en honor al hedonista editor que convirtió *Vogue*, *Vanity Fair* y otras tantas revistas en iconos culturales– presentan *Costume Art*, una exposición que examina y celebra la presencia en el arte del cuerpo vestido, poniendo en diálogo vestimenta y obras artísticas extraídas de las 19 áreas en que se divide el museo. Su CEO y director, Max Hollein, considera que las nuevas galerías suponen una “potente extensión” de lo que la institución lleva tanto tiempo cultivando. “El Costume Institute forma parte de nuestra identidad. Las nuevas galerías no implican ningún cambio revolucionario”. Eso sí, se han hecho de rogar, y más dado el crecimiento exponencial del interés popular por la indumentaria. “La relación entre la moda y el arte se ha vuelto menos tirante”, dice el artista Maurizio Cattelan, uno de los muchos creadores y curadores con los que pude hablar sobre el nuevo espacio para este artículo. “La moda ya no necesita justificarse ante el arte, y el arte ya no le vuelve la cara. Han comprendido que sus obsesiones son las mismas: el cuerpo, el poder, el deseo, el estatus”, continúa. “El Met ha pasado de exhibir la moda como mera artesanía a poner en valor su narrativa. Las exposiciones ya no son tanto despliegues de ropa, sino más argumentativas. Ese cambio de concepción, de objeto a idea, es lo que la vuelve verdaderamente interesante”.

“El impacto del Costume Institute y sus exposiciones ha aumentado enormemente en los últimos 30 años”, señala el diseñador Michael Kors, que enlaza nombre tras nombre (de Mark Rothko a John Singer Sargent a Georgia O’Keeffe) cuando le pregunto qué artistas han influido en su trabajo. “Ha descubierto a mucha gente la interconexión que existe entre la moda y todo lo demás, desde la cultura pop hasta la política y el arte; que la moda es mucho más que la ropa que te pones cada día”. Porque como dice la diseñadora Tory Burch, el nuevo espacio “reconocerá que la moda es una parte esencial de nuestra historia. El Met siempre ha entendido que es una forma de expresión creativa fundamental, que moldea nuestra cultura y reflexiona sobre ella”.

Pese a ello, la exposición de primavera del Costume Institute ha permanecido sin sede propia durante años. Su nuevo hogar solo ha llegado tras una larga campaña (liderada en su mayor parte por la directora editorial global de esta cabecera, Anna Wintour) y supuso un reto mayúsculo para el estudio de arquitectura designado. El encargo, asumido por la firma local Peterson Rich Office, con sede en Brooklyn, llevó al equipo formado por Nathan Rich y Miriam Peterson –codirectores y matrimonio, cuya primera cita fue precisamente en el Met– a sumergirse en la historia del museo y sus 21 edificios independientes. Como dice Peterson, “es más bien una ciudad”. Estudiaron el Great Hall, cómo hacer que condujese a las nuevas dependencias, prestando atención al modo en que la luz se filtra en el espacio. Tuvieron claro que su labor abriría un nuevo recorrido urbano y para ello colaboraron estrechamente con Bolton. “Fue maravilloso tratar con él”, dice Peterson. “Sentimos que había una profunda afinidad entre el campo de la arquitectura y el arte del vestuario”. Bolton demandaba un diseño flexible, con iluminación regulable y suficiente potencia eléctrica, pero a la altura de la imponencia de las galerías de Grecia y Roma. “Debía facilitar la rotación de una exposición a otra”, añade Rich. “Que se pudiera cambiar constantemente, pero a la vez pareciera que siempre estuvo ahí”. Los casi 1.200 metros cuadrados de espacio expositivo se dividen en cinco salas interconectadas e incorporan umbrales de piedra caliza que evocan los arcos del Great Hall. Los suelos de piedra gris y blanca, los techos con vigas a la vista y las paredes de estuco veneciano difunden un aura de permanencia.

“La moda en el Met ha evolucionado de celebrar la belleza y la artesanía a ahondar en la cultura, la política y la historia”, resalta Dasha Zhukova, coleccionista de arte, empresaria y consejera del museo. “No se trata solo de lo que vestimos, sino de lo que esa ropa dice de lo que somos. Así que no veo polémica en que el Costume Institute ocupe ahora un lugar central en el Met. Las nuevas galerías hablan de perspectiva, no de jerarquías”. Zhukova también destaca el mérito del Costume Institute a la hora de atraer

Revistas.PeruRadio.net.pe



Elisabetta Dessy lleva un abrigo colcha de ERDEM X BARBOUR, *inspirado en la duquesa de Devonshire; y zapatos de* ERDEM.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Un artefacto con forma de calabaza que evoca la fertilidad, perteneciente a la colección del Met de arte japonés del período Meiji, datada del siglo XIX. En la página siguiente, Adut Akech Bior, embarazada de su segundo hijo, con un diseño de LOEWE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe




Arriba, 'Nana and Serpent' (1992), de Niki de Saint-Phalle. En la página siguiente, la obra encuentra su reflejo en el 'bondage' corporal de la artista Michaela Stark, sobre el cuerpo de Jill Kortleve. "El elemento de carne, de identidad real, permite ver de verdad a Jill y la intimidad que nos está ofreciendo", explica Stark.

NIKI DE SAINT-PHALLE © 2026 NIKI CHARITABLE ART FOUNDATION / ARS, NY / ADAGP, PARIS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



CHIHARU SHIOTA © 2026 ARTISTS RIGHTS SOCIETY (ARS), NEW YORK / VG BILD-KUNST, BONN.



En la página anterior, detalle de 'In Circles' de Chiharu Shiota (2024). En esta página, Libby Taverner luce un vestido de 'mohair' de lana de OLIVIER THEYSKENS, *intervenido en el hombro con un motivo de red arterial, similar a la obra.*

Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta página, Abény Nhial con minivestido de GIVENCHY *por Alexander McQueen, a modo de armadura antigua. En la página siguiente, Chen Yang y Yura Romaniuk con sendos monos de Tamae Hirokawa para* SOMARTA, *con un intrincado trabajo ornamental que recrea los patrones de las figuras dogū japonesas del final del período Jōmon (aprox. 1000–300 a. C.).*

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

"Cuando yuxtapones una prenda y una obra de ARTE, surge un nuevo significado. Como si uno y uno sumasen tres", explica el comisario Andrew Bolton.

a un público más joven y diverso, menos interesado en trazar líneas divisorias. La pintora Anna Weyant, dentro de este grupo demográfico a sus 31 años, defiende con firmeza que el vestir debería considerarse no solo un arte, sino una de las artes "más políticas" que existen. Tschabalala Self suscribe la misma idea: "En mi opinión, separar arte y moda es una falsa dicotomía. Ambas son formas de expresión, vehículos, modalidades, que permiten a los artistas reflejar las inquietudes y deseos de nuestro tiempo... estoy deseando ver la nueva exposición. Yo hago pintura figurativa, así que el cuerpo es primordial en mi obra. Todo el mundo tiene uno, y cuando nos vestimos, comunicamos un mensaje". "La palabra arte proviene de un término de la antigua Grecia: *areté*, que significa excelencia", argumenta el artista Paul Chan. "Así que, a mi modo de ver, puede haber tanta excelencia en una confección como en cualquier pintura o escultura".

¿Alguna voz en contra de la gran premisa del Met? "Para mí la moda es un arte, pero no arte con mayúsculas", comenta Massimiliano Gioni, director artístico del New Museum, situado en Lower Manhattan. Aun así, Gioni no tarda en matizar que tanto los museos como el comisariado de arte ("yo incluido", apostilla) han ampliado su campo de visión: "En realidad da igual si la moda es arte o no: desde luego es una disciplina, una práctica, que nos dice mucho de lo que deseamos y valoramos. Como tal, es un lenguaje que merece la pena escuchar e integrar en nuestra vida si queremos conocernos mejor a nosotros mismos". "Lo que diferencia al arte de la moda es el tiempo", postula la artista Rachel Feinstein. "La moda da importancia al presente, al ahora. El año que viene, lo que se está presentando en las pasarelas se verá desfasado, mientras que eso no ocurre con una pintura o una escultura. El arte tiene un componente de longevidad, nace con la voluntad de perdurar".

Los límites se difuminan en la exposición que ha construido Bolton. Desde su concepción, *Costume Art* es inclusiva y colaborativa, y el tema que la unifica es el cuerpo humano y cómo se ha plasmado, cómo se ha vestido, desnudado, adornado, venerado, herido y llorado. A través de una serie de yuxtaposiciones reveladoras, a menudo sorprendentes, a veces deliberadamente chocantes, la muestra empareja objetos e imágenes con prendas de vestir: un ánfora griega del 460 a.C. con un vestido de 1920 de Fortuny; el *Varón de dolores con brazos extendidos* de Alberto Durero con la chaqueta Martyr to Love de Vivienne Westwood; un vestido de paseo de 1883 que parece como sacado de *Tarde de domingo en la isla de la Grande Jatte* de Seurat; las esculturas curvilíneas de Jean Arp y Henry Moore junto a los diseños de Rei Kawakubo para Comme des Garçons. Así pues, *Costume Art* pone de manifiesto la larga y simbiótica relación entre el arte y la moda, defendiendo la idea de que son disciplinas artísticas autónomas, y de igual valor.

"Mi idea era presentar la moda como una lente que sirviera para observar el arte a través de ella", explica Bolton. "Busqué que los emparejamientos resultaran a veces formales, a veces conceptuales, otras políticos, otras humorísticos, o profundos, o incluso ligeros. Cuando yuxtapones una prenda y una obra de arte, surge un nuevo significado. Pasa algo distinto. Eso es lo que quiero resaltar. Como si uno y uno sumasen tres... Ojalá que la muestra anime a la gente a establecer esas conexiones más allá de las cuatro paredes del museo". "Me ha impactado mucho el cambio en las muestras de moda del Met, ver cómo han pasado de lo meramente archivístico a una experiencia más inmersiva, casi cinematográfica", declara la artista Laurie Simmons. "Han ganado en narrativa, en atmósfera, en psicología, un mayor sentido de la *performance*... El museo reconoce que el cuerpo, vestido, estilizado, escenificado, posee tanta riqueza y significado como cualquier reliquia antigua. Además, se trata de un relato en marcha que se reescribe constantemente en tiempo real. Ubicarlo junto a Egipto y frente a Grecia y Roma se percibe menos como una ruptura y más como una corrección. Da cuenta de que lo que vestimos es también un artefacto de la civilización".

"Me encanta la idea de que la pintura y los artistas se contagien un poco del *glamour* de la moda", me cuenta el artista John Currin. "Me interesa mucho más la pintura que la escultura, la arquitectura o la fotografía, pero aun así pienso que todas estas cosas conviven de maravilla, en especial con la moda, porque ha sido muy beneficiosa para el museo". Defiende que las instituciones como el Met necesitan cambiar, y nada debería considerarse sagrado. "Podría haber un zoo de *celebrities*", dice. "Gente desnuda encerrada en jaulas. Que entrenen delante de todo el mundo... Renuncio a la librería si hace falta" (adviértase que el Met no se ha quedado sin tienda, solo se ha reubicado).

Para terminar, le planteo a mi marido, Calvin Tomkins, autor de un libro que recoge la historia del museo (*Merchants and Masterpieces*), la misma pregunta que le he hecho al resto. "¿Puede la vestimenta ser arte y el arte ser moda?". Contesta con un sonoro "sí" y añade: "De hecho, están tan próximos que no pueden evitar intercambiarse".

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe



De izda. a dcha., un vestido de muselina de CHARLES JAMES *de 1947 que incorpora una estructura de polisón; y un diseño de 2006 de Nicolas Ghesquière para* BALENCIAGA, *con falda abullonada de efecto guardainfante.*

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



En la página anterior, Mona Tougaard con vestido de media de SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.
En esta página, 'Dancers with Instruments' (circa 1353–1336 a. C.), relieve egipcio conservado en el Met, donde los músicos aparecen vestidos con prendas de lino transparente llamadas kalasiris.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Tras perder la movilidad en las piernas, la diseñadora Louise Linderoth se dedicó a pensar en cómo vestir a las personas en silla de ruedas, desde vaqueros hasta alta costura. En esta página, la modelo y música Aariana Rose Philip, quien tiene parálisis cerebral cuadripléjica, luce el mono Lou Dehrot de LOUISE LINDEROTH. *"Fue fabuloso y mágico; me sentí como una obra de arte", comenta Philip sobre la sesión. En la página siguiente, Emeline Hoareau lleva chaqueta de* UNDERCOVER *y vestido de* GABRIELA HEARST.



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta página, 'Myologie Complette en Couleur et Grandeur Naturelle' (1746), de Jacques Fabien Gautier Dagoty. En la página siguiente, de izda. a dcha., Yasmin Warsame con 'look' de ROBERT WUN COUTURE; *y Betsy Gaghan, con vestido y botas de* THOM BROWNE COUTURE.

Peluquería: Jimmy Paul. Maquillaje: Kabuki. Producción: Special Production Agency. Diseño del set: Studio Wagner. Manicura: Jin Soon Choi. Costurera: Carol Ai.

CORTESÍA DE JACQUES FABIEN GAUTIER DAGOTY. TODAS LAS IMÁGENES DE LAS OBRAS DE ARTE SON CORTESÍA DEL MUSEO METROPOLITANO DE ARTE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



La actriz Gwendoline Christie –una de las varias integrantes del comité organizador de la Gala del Met de 2026 que aparecen en este reportaje– con vestido dorado, de CAROLINA HERRERA NEW YORK.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Estilo libre

Impulsadas por un intrépido grupo de artistas, modelos, actrices y activistas, las siluetas más SEDUCTORAS *de la primavera –desde las* ELEGANTES *y esbeltas hasta las* SUBLIMEMENTE *voluminosas– hablan por sí solas. Fotografía* ANNIE LEIBOVITZ. *Estilismo* LAW ROACH.

La bailarina de 'ballet' Misty Copeland, cual 'Victoria de Samotracia', con top y falda de FFORME.

Revistas.PeruRadio.net.pe



La actriz Chase Sui Wonders, con vestido de VALENTINO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



La artista Tschabalala Self, conocida por sus homenajes a la feminidad negra, lleva jersey de cuello alto, falda de volantes y collar, todo de CHANEL.

Revistas.PeruRadio.net.pe



La modelo y activista Lauren Wasser, con vestido de CAROLINA HERRERA NEW YORK; *zapatos de* ROBERTO CAVALLI *(a juego con sus características prótesis doradas); y anillo de* ANA KHOURI.

Revistas.PeruRadio.net.pe



La modelo Alex Consani luce vestido de BALENCIAGA, *que recuerda a 'Flaming June', la obra maestra de Lord Frederic Leighton, de 1895.*

Revistas.PeruRadio.net.pe



La actriz Wunmi Mosaku lleva top y falda, ambos de TOM FORD; *y brazalete de* TIFFANY & CO.

Peluquería: Sondrea 'Dre' Demry-Sanders. Maquillaje: Jamal Scott. Manicura: Jin Soon Choi. Producción: Produced By AL Studio. 'Set design': Mary Howard. Decorador de plató: Montana Pugh. Director de movimiento de Misty Copeland: José Sebastián. Atrezo: Hook Props. Costurera: Tae Yoshida para Carol Ai Studio Tailors.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DIBUJO DEL NATURAL

La figura humana es el núcleo central de 'COSTUME ART', *la nueva exposición del* MET, *donde se repasa la forma en que se ha vestido, desvestido, manipulado, adornado y honrado a esta a lo largo de siglos de creación artística. 'Vogue' añade un pequeño capítulo a dicha historia, con cinco obras de artistas contemporáneas que le rinden tributo.*

Revistas.PeruRadio.net.pe



'Frank y Grace y yo, 2026', un autorretrato de Charlotte Wales, con su bebé en brazos durante su segundo embarazo ya avanzado. "Tenía muchas ganas de que naciese mi hija para volver a cuidar de mi niño con energía".

Revistas.PeruRadio.net.pe



Torso ataviado con un delantal de cuero del ejército británico y una crinolina del siglo XIX. Foto de Harley Weir.

REDACTORA DE MODA: JULIE VOJTOVICS. MAQUILLAJE: ABBIE NOURSE. PRODUCCIÓN: VALERIA ROCCA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Autorretrato de Isabelle Wenzel, artista y 'performer' formada como acróbata, que explora la abstracción del cuerpo.

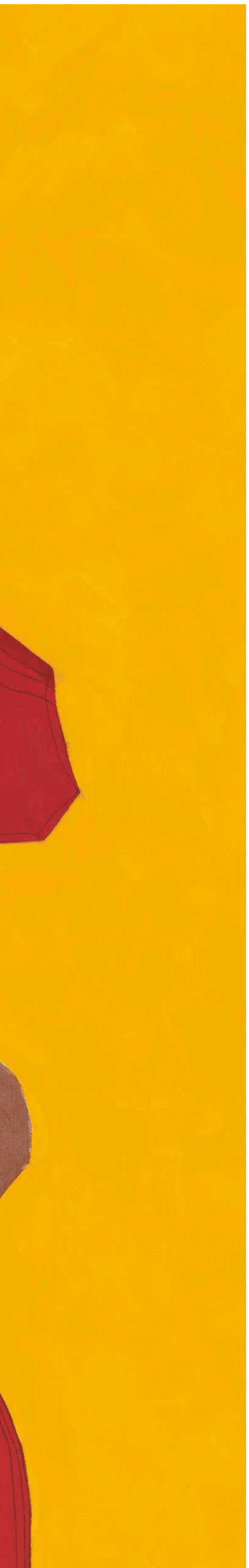


Revistas.PeruRadio.net.pe



'Evening, 2019', de Tschabalala Self, juega con la escala y la forma del cuerpo con fines expresivos.

Revistas.PeruRadio.net.pe





En esta fotografía, Coco Capitán reflexiona sobre la desnudez del cuerpo humano.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EL CUERPO MENGUANTE

Comenzábamos a interiorizar aquello que tan bien resumió Audre Lorde –los cuerpos aspiran a la felicidad y al PLACER*–, pero la llegada de políticas* CONSERVADORAS *(y la popularización de los medicamentos* GLP-1*) nos ha devuelto a un panorama social y creativo con escasa (o nula) diversidad corporal. Por* ALEXANDRA LORES.

Era 2006. El segundo milenio necesitaba un nuevo *heroin chic* y lo llamó *indie sleaze*. Por encima de las prendas fundacionales –pantalones pitillo, fulares, gafas de sol de colores, casacas–, se alzaba el principal componente aglutinador de esta tendencia que mutó en *lifestyle*: porque sin una delgadez llevada al límite no había *look*. Pero lo que entonces resultaba incuestionable –aquel propósito estético y vital consistente en vestir tallas diminutas– se convirtió en cuestión de años en algo que debíamos dejar atrás. Los cuerpos grandes tenían derecho a existir e incluso podían ser bellos. No duró demasiado: el eterno retorno hizo que abrazásemos los preceptos que no hacía tanto habíamos denostado. Y si poco antes hasta los sectores más rancios se posicionaban a favor de la diversidad corporal –porque el apoyo a campañas de inclusión social funcionó como un lavado de cara hasta la llegada de políticas más conservadoras–, quienes nos habíamos educado con las formas corporales minúsculas, volvíamos al lugar del que quizá nunca habíamos salido. "Ves editoriales de moda y lees noticias sobre chicas que no tienen cuerpos normativos y piensas que las cosas han cambiado, pero llega la semana de la moda –que es el verdadero reflejo de la industria– y te das cuenta de que todo sigue igual", lamenta la modelo Alicia Gutiérrez, que oscila entre una talla 44 y una 46. La mallorquina se mudó a Nueva York en 2021; durante ese año y el siguiente, no le faltó trabajo. "Después, todo empezó a cambiar. He tenido que volver y pensar en reinventarme porque la vuelta a la extrema delgadez es un hecho", expone. El suyo no es un caso aislado, materializa un problema estructural que conoce de primera mano. "La mayoría de modelos de tallas grandes han sido despedidas porque, si antes sus agencias tenían un departamento dedicado a ello, ahora ya no lo tienen". Y si bien Gutiérrez avisa de un retroceso en términos de diversidad corporal, reconoce que hace veinte años sus medidas no hubiesen tenido cabida en la industria. Con todo, ni siquiera entonces, cuando las circunstancias socioculturales le permitían tenerlo todo de su parte para triunfar, pudo acceder al considerado cénit de la moda: los desfiles. "La pasarela siempre ha sido muy exigente. En las mejores épocas, veías cuatro modelos *curvy* o *plus size*. Ahora, ves a una y es famosa", sintetiza. De hecho, si atendemos a las cifras, el 97,6 % de las maniquís que desfilaron en los 182 *shows* de oto-

Revistas.PeruRadio.net.pe



La modelo española Alicia Gutiérrez, fotografiada en Mallorca.

Revistas.PeruRadio.net.pe


Revistas.PeruRadio.net.pe

ño-invierno de 2026/2027 vestían tallas entre la 32 y la 36, según un informe de *Vogue Business*, cinco décimas más que unos meses antes. Los datos no fueron mucho mejores las temporadas anteriores, cuando la diversidad corporal empezaba a ponerse en entredicho (en otoño-invierno de 2023, el porcentaje se situaba en el 95,6 %).

En donde sí ha habido un retroceso palpable es en el rango de tallas que las marcas producen. De nuevo, Gutiérrez nos sirve como ejemplo: si en 2020, la modelo pudo trabajar para una conocida enseña de ropa *fast fashion*, ahora ya no podría. "Sus prendas ya no me sirven", asegura. ¿Pero a qué criterios se acoge la industria textil a la hora de producir? El diseñador Javier Zunzunegui, que fundó junto a David Salvador la firma de *prêt-à-porter* Habey Club, comparte una verdad incómoda. "Nosotros hacemos desde una XS a una XL, pero al principio producimos solo una parte pequeña, teniendo en cuenta las tallas y los colores que creemos que se venderán más". Así lo justifica. "Siendo una firma emergente, resulta imposible hacer un *sample* [el prototipo de un diseño que muchas veces se lleva a la pasarela] de cada talla. Además, el patronaje cambia y eso duplica el trabajo". ¿Pero hay alguna razón que justifique que no se diseñen *samples* más amplios y, por el contrario, se estandaricen en torno a unas medidas raquíticas, casi siempre entre la talla 32 y la 36? Lo elabora el creador cántabro. "Los *castings* para los desfiles se cierran con muy poco margen de tiempo y resulta más sencillo contar con un rango de medidas que varíen unos cuatro centímetros como mucho. De esta manera, te aseguras de que podrás vestir a las modelos; con tan poca antelación, puedes hacer retoques, pero no cambios de patrón o de tallaje". En ese momento, a los diseñadores se les informa de que habrá también modelos de tallas grandes, pero todavía desconocen sus medidas. "Todo lo que supere la 36 se agrupa bajo la etiqueta *curvy*. Así que nunca sabes si tendrás que vestir a una 38 o a una 46", explica Zunzunegui.

"Se nos enseña que un cuerpo DELGADO *es un cuerpo* DISCIPLINADO, *y todo lo que se desvíe de ahí será leído como descuido y falta de voluntad", dice Chloé Wallace.*

Por eso algunas de las encargadas de lucir los diseños que imaginan los *couturiers* se han propuesto menguar unas tallas. Quizá así podrían encajar mejor en la pasarela. Como consecuencia, muchas de las que llevaban una talla 46, ahora llevan una 40 –Gutiérrez asegura que el agente de una conocida modelo la convenció para que redujese tres números, asegurándole que así trabajaría más (y ella lo hizo)–, y aquellas que entraban en una 36, ahora encajan en una 32. Con todo, cabe señalar que existe un desequilibrio entre lo que la pasarela requiere y lo que el mundo pide: porque la realidad es que la mayoría de la población viste lo que la industria considera *curvy*. Quizá por eso, el mercado mundial de ropa de talla grande fue valorado en 279 billones de dólares en 2025 y se prevé que crezca hasta 356 en 2030, según un informe publicado por la empresa estadounidense de investigación de mercado y consultoría *Grand View Research*. Pero esa contundente evidencia (física) no ha impedido que, en un momento en el que estábamos empezando a reeducar nuestra mirada, las angustias se hayan fortalecido. Entre los principales motivos: la vuelta a valores más tradicionales y opresivos hacia las mujeres, pero también el acceso de los más privilegiados a una serie de medicamentos conocidos como GLP-1, cuyo propósito es tratar la diabetes mellitus tipo 2 "cuando la dieta y el ejercicio no son suficientes", tal y como se indica en el prospecto de uno de ellos, comercializado como Ozempic. La médica de familia Lucía Gainza ha advertido un aumento de trastornos de la conducta alimentaria entre las chicas que inician su adolescencia y también una mayor demanda de GLP-1 entre los pacientes que sufren de obesidad con factores de riesgo y los que tienen sobrepeso si atendemos a su índice de masa corporal, una clasificación que la doctora pone en cuestión por no ser siempre fiable. "Nunca los receto, sobre todo por una cuestión ética –no puede ser que la clase social sea la que determine que puedas hacerte con medicamentos que valen 400 euros al mes– y porque si ese dinero se emplea en realizar ejercicio físico y en llevar una dieta saludable, se adelgaza de una manera mucho más sana", ahonda. Por tanto, cabe preguntarse: ¿tiene la delgadez alguna vinculación con la salud? ¿Y con la belleza y la elegancia entendida de manera tradicional? Sobre la primera cuestión, Gainza lo tiene claro. "Estar delgada no siempre significa estar saludable: si dejas de comer, no tendrás energía ni músculo, y tener un cuerpo fuerte es lo que garantizará que en el futuro estés mejor". A la doctora también le preocupa la extrema delgadez desde otra arista: "Es una forma de control porque una mujer hambrienta y preocupada por los cánones de belleza es una mujer más manipulable", sentencia.

En cuanto a la relación directa entre la esbeltez y todo aquello *deseable* en términos estéticos, la directora de cine y guionista Chloé Wallace –que se pronunció recientemente sobre este viraje estético y reconoció que le preocupaba la vuelta de su TCA [trastorno de conducta alimentaria] que creía "dormido"– apunta que "la delgadez como ideal es una señal de clase [alta] porque supone tiempo, acceso a una determinada alimentación y dinero". A fin de cuentas, la obesidad está íntimamente relacionada con la pobreza (el 32,5 % de los niños de hogares de renta baja la padecen, según un informe de Save The Children publicado en 2022). Wallace, además, subraya que a esta imagen mental, compartida, sobre las formas que constituyen *la* belleza –y que ya hemos interiorizado nosotras, sin necesidad de que nadie nos la recuerde– se le ha atribuido un valor moral. "Se nos enseña que un cuerpo delgado es un cuerpo disciplinado, y todo lo que se desvíe de esa apariencia será leído como descuido y falta de voluntad", comparte. Sobre esta doble perversidad también se ha pronunciado Gutiérrez. "Al principio, cuando subía una foto, tenía que justificarme con un mensaje en torno al *body positive*: no podía existir sin hacerlo, porque cuando una persona se muestra con un cuerpo no normativo, con tranquilidad y normalidad, su mera existencia cuestiona las reglas sociales". La cineasta sitúa el comienzo de este retroceso el día que Kim Kardashian asistió a la Gala del Met con un vestido que Marilyn Monroe había llevado seis décadas antes. Tras años de figuras sinuosas –la cirugía de aumento de glúteos incrementó de manera exponencial desde 2017 a 2022, cuando alcanzó su máximo histórico, coincidiendo con el citado evento–, la empresaria anunciaba así el inicio de una nueva era. Wallace supo leer entre líneas, pero lo que más le sorprendió entonces fue la manera en la que Kardashian hablaba de su pérdida evidente de peso. "El tono, aquella satisfacción, como si fuese un logro deportivo, una hazaña en cuanto a disciplina, un gesto digno de admiración", lamenta. Un mensaje, el de una celebridad con más de 350 millones de seguidores en su cuenta de Instagram, que afectó a la cineasta, y a todas esas mujeres (y hombres) que reciben esta serie de *inputs*, máxime si están creciendo. "Me preocupa la acumulación, porque no es solo la delgadez, es todo a la vez. Que una niña necesite una rutina de cremas me resulta terrorífico. Pero el mensaje es el mismo: tú, tal como eres, necesitas ser corregida", razona la directora, a la que le parece legítimo "que cada cual haga lo que quiera con su cuerpo", siempre que esa decisión no provenga de "una presión social tan brutal y temprana que ni siquiera puedas distinguir el deseo propio del que te han insertado". Desentrañarlo es quizá uno de los aprendizajes más complejos al que nos enfrentamos ahora –con todo en nuestra contra–, por suerte, contamos con voces como las de Alicia Gutiérrez, Lucía Gainza y Chloé Wallace. Que nos hacen sentirnos menos solas y nos ayudan a cuestionar de nuevo todo aquello que habíamos dado por hecho. Ya lo decía Lorde: el cuerpo aspira al placer (a la creatividad y al autoconocimiento). Y conviene ponerlo en práctica cuanto antes.

FOTOS: KATE BELLM.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LA EDAD DE LA RAZÓN

Pura clase a los 80 años, rebosante de SABIA IRONÍA *y con su último éxito aún fresco –su brillante papel en la última película de* JIM JARMUSCH, *merecedora del León de Oro de Venecia–,* CHARLOTTE RAMPLING *reescribe una vez más el guion de su vida.*

Fotografía MARK KEAN.
Estilismo ROBBIE SPENCER.
Por GILES HATTERSLEY.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Charlotte Rampling lleva cazadora de cuero, camisa de popelín con lazada al cuello, falda de cuero y cinturón, todo de SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Chaqueta de esmoquin 'crop' de lana, de DOLCE & GABBANA; *camisa de seda con lazada al cuello y pantalón de lana, ambos de* BOTTEGA VENETA; *y zapatos de piel, de* SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Jersey de lana con capucha, pantalón de punto de lana y cinturón de cadena, todo de LOUIS VUITTON; *y zapatos de piel, de* SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

A

lmorzar en París con Charlotte Rampling, coincidiendo con su cumpleaños? Sí, por favor. No me puedo creer que Lucia de *El portero de noche* cumpla 80. Para la cita ha elegido un restaurante especializado en pescados muy cerca de su casa en el distrito 6, tan clásico que está alfombrado de azul. Juro que todo es perfecto. Llega fabulosa a la una en punto de la tarde, con esa mirada viva, sabia y un poquito indiferente que le emana desde los años 60, cuando escandalizaba a la Inglaterra profunda con su estilo y se codeaba con los Beatles (me atrevo a preguntarle si salió con alguno. Al parecer, no, aunque todavía le gusta ponerse al día con Paul en los desfiles de Stella).

Hoy, una de las flamantes protagonistas de la última película de Jim Jarmusch –*Father Mother Sister Brother*, ganadora del León de Oro del pasado Festival de Venecia–, luce impecable con un sencillo jersey de cuello alto negro y unas gafas de ver que se pone y se quita de vez en cuando, que al parecer se compró en una tienda cualquiera de su edificio. Pide el *sole meunière* para dos. Más tarde rogará que le envuelvan la mitad de su parte en papel de aluminio para llevársela a sus gatos, pero en las horas intermedias me hablará con desparpajo, en esa mezcla suya de francés e inglés, sobre prácticamente cualquier tema: trabajo, amor, sexo, muerte, moda. Hipnóticamente desenfadada, aunque siempre incisiva, casi sientes como sus palabras modifican tu red neuronal.

Me preocupa que suene cutre preguntarle por el cambio de década –el pasado febrero–, pero resulta que no le parece mal. De hecho tiene una opinión clara al respecto –"porque cada década te cambia"– y no comulga con aquello de que "la edad es solo un número". Dice que no es algo que le preocupe hasta que lo tiene encima, "así que no empecé a pensarlo hasta el año pasado. Entonces me dije: 'Vale, si vivo tanto como mi padre, me quedan 20 años'". El susodicho Godfrey Rampling ostentaba el mérito de ser el atleta olímpico más longevo del Reino Unido cuando falleció en 2009 con 100 años. Militar y corredor de relevos de 4 x 400, logró medalla en dos juegos consecutivos en los años 30 y se jubiló en 1958 como teniente coronel de la Artillería Real. Tras una infancia de destino en destino extranjero y bocas tan prietas que apenas salía de allí una vocal, es fácil imaginar el varapalo familiar que supuso que Charlotte, todo un fenómeno ya en las obras del colegio, decidiera prodigarse por King's Road con todo el que importaba en los 60, fascinando a cada paso. En la pantalla, ardía –enigmática, cautivadora, deseada con ese morbo tan mediático de los tabloides de los 70–, tanto que acabaría siendo conocida para siempre con el apodo que le puso su *partenaire* Dirk Bogarde: The Look.

La actriz acertó de pleno. Más de medio siglo después, se codea con todo el mundillo, de Anthony Vaccarello a Juergen Teller ("mi hermano pequeño"), logró su primera nominación al Oscar con 69 años y, en lo que llevamos de década, ha participado en 11 películas, incluidas las dos partes de *Dune* de Denis Villeneuve. En cuanto a su éxito más reciente, participar de la victoria en Venecia el pasado septiembre del hipnótico tríptico familiar de Jarmusch –donde interpreta a la madre rígida e impenetrable de Cate Blanchett y Vicky Krieps–, no es que Rampling se lo tome como otro día en la oficina, pero tampoco es ese gran reconocimiento tardío y 'cambiavidas'. Más bien, suma otro hito a su excelencia.

Y qué gran conversadora. Charla con chispa de lo más mundano –rutinas de belleza, diseñadores demenciales, un pelín de cotilleo– para al minuto siguiente cavar a traición en lo más hondo: "Es un milagro que podamos con todo", afirma. "Lo digo en serio. Vives momentos alegres, otros claramente trágicos, todo el mundo sufre muchísimo, pero aprendes a priorizar ciertas cosas, supongo", sentencia y toma un bocadito de pescado.

Desde luego su vida se ha movido por ciertas decisiones fascinantes: su traslado a París, hace 50 años; su aversión hacia Hollywood (o su concepto, rechazo que nunca se dio en sentido contrario); dos matrimonios, dos hijos, una hijastra; una relación larga y próspera con su última pareja; e incluso haber mantenido una 'trieja' poliamorosa décadas antes de que se llamara así. Sin embargo, su gesto se demuda cuando surge el tema del suicidio de su hermana mayor, Sarah, en 1967, con 23 años. Reduciendo todo mucho, la intérprete cree que, en última instancia, "esa es la única decisión que hay que tomar en la vida", la de ponerle fin o no. El trágico suceso marcó todo lo que vino después: "Cuando hay un suicidio en la familia, deja de ser una opción. Yo ya no podía ni planteármelo después de lo que hizo Sarah. Así que, de alguna manera, acaba salvando vidas. Tenía claro que había que seguir". Crecieron muy unidas entre Gibraltar, Francia y España, y recuerda que les encantaba jugar a inventarse su propio cabaret. Fue doblemente duro no solo que Sarah falleciese lejos –en Buenos Aires, donde vivía–, sino además mantenerse firme en la decisión familiar de ocultar a su madre las verdaderas circunstancias –alegaron, en cambio, una hemorragia cerebral–, hasta la muerte de esta en 2001.

Hoy Rampling habla abiertamente de su propia salud mental, de los episodios depresivos que le brotan "como gremlins". Ha ido reuniendo, dice, su propio kit de herramientas de entre los conocimientos de budismo y las terapias psicodélicas que practicó en su día, pasando por la meditación y el psicoanálisis hasta consultar actualmente a pensadores de toda índole. "Lo llevo bien pero es un trabajo enorme. Hay que estar siempre con la alerta puesta, ir con cuidado y empaparte de toda la información que puedas". ¿Alguna recomendación? "Nunca le haría daño a nadie porque sé que ese daño siempre vuelve", reflexiona. "Recuerdo pocas cosas de mi infancia, pero ese siempre ha sido un lema tácito. Así evitas

Revistas.PeruRadio.net.pe



Chaqueta de pelo,
de GUCCI.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Camisa de algodón con detalle de cadena, de CHANEL; *vaqueros de* TOVE; *y zapatos de piel, de* PHOEBE PHILO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Abrigo de popelín, cinturón de cuero y 'mules' de piel, todo de CHLOÉ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

“He estado trabajando muchísimo para que si solo me quedan, pongamos, otros diez años, los pueda **DISFRUTAR PLENAMENTE***. Hablar claro, escribir mis cosas, llorar, gritar, sonreír, charlar… De eso quiero* **VIVIR** *ahora”.*

el dolor de infligir dolor, y si lo haces sin querer, siempre puedes pedir perdón y decir ‘lo siento mucho’”. En la práctica, estas lecciones vitales la acompañan frente a la cámara, ya sea ante directores de la talla de François Ozon y Lars von Trier, en campañas publicitarias para Marc Jacobs o Givenchy o, por supuesto, en las imágenes de moda disparadas por Mark Kean que acompañan esta entrevista. Tanto en persona como en lente ajena, quieta o en movimiento, Rampling, imperturbable, jamás pierde la compostura, como asumiendo a la vez sendos papeles de proyector y de pantalla. “Hasta que uno no sufre, no es un ser humano de verdad”, justifica así su fuerte magnetismo, sonriendo desde el otro lado de la mesa. “Eso lo sabemos todos”.

¿Habrá sido siempre así? Más que probable. Extraordinariamente bella desde la cuna, se abrió paso hasta la gran pantalla gracias a un anuncio de Cadbury y una aparición precoz en *Vogue* como modelo adolescente. Debutó en el cine de la forma más sesentera posible: haciendo de bailarina, sin acreditar, en *¡Qué noche la de aquel día!* Y tras un puñado de papeles sueltos, fantaseó con mudarse a Los Ángeles. “Pero Hollywood no me gustaba nada”, sostiene, todavía un poco contrariada. “No me iba la energía de allí. No quería ser esa persona ni esa clase de actriz. Quería explorar la vida de otra manera, no limitarme solo a conseguir grandes papeles y perseguir el Oscar. No me atraía ser una celebridad”. Fue Luchino Visconti, su director en *La caída de los dioses* en 1969, quien le dijo: “Tienes mucho talento, tienes mucha belleza, puedes ir a Hollywood, puedes ser una gran estrella, o puedes hacerlo de otra manera”. Eligió lo último, cultivar “un concepto más europeo de lo que significa tener éxito”. A todas luces, no le fue nada mal. Pese a encarnar en apariencia el espíritu inconformista de su época, nunca fue muy dada a las aventuras de una noche ni a colocarse. “Vale, sí, era la época del amor libre, ¿verdad? En Londres pegó muy fuerte. De repente podías acostarte con cualquiera y tenía su aquel, pero a mí no me interesaba. Cuando puedes hacerlo y ya lo has hecho, después piensas: ‘Bueno, en realidad no me convence tanto’. Porque, amor libre o no, las mujeres seguían siendo objeto de un juicio severísimo. Además, siempre sospechó que todo aquello se ajustaba más a los cánones del deseo masculino.

En 1972, se casó con Bryan Southcombe –actor reconvertido en publicista– y tuvo su primer hijo, Barnaby. Menudo revuelo se armó en aquellos tiempos cuando se supo que la pareja estaba viviendo con Randall Laurence, de profesión modelo. Tiene su gracia, comentamos, cómo cada generación piensa que está inventando la rueda, cuando en realidad los apaños sentimentales han existido siempre. Su respuesta es generosa. “Cada generación tiene la necesidad de reinventarse”, razona. “Tienen que sentir que su manera de entender las cosas va a ser diferente, quizá no mejor, pero sí suya propia”. Tras el divorcio de Southcombe, en 1976, siguió un largo y vivido matrimonio con el músico francés Jean-Michel Jarre, con quien tuvo otro hijo, David, además de fraguar una estrecha relación con la hija de este, Émilie. A finales de los noventa, la unión se rompió cuando se enteró por los periódicos de que su marido tenía un lío, una línea demasiado roja incluso para su muy desarrollada tolerancia hacia las veleidades humanas. De aquí su gran lección en lo que a hombres se refiere: perdónalos en lo posible. “Es uno de mis mejores amigos”, dice de Jarre ahora. “Le quise mucho y todavía le quiero, simplemente la cosa tenía que cambiar. Con Jean-Michel, llevó su tiempo. Mucho tiempo. Pero es poca broma lo del rencor. Te envenena la vida. Si ves la forma de dejarlo ir, suéltalo”. Lo compensó con creces una larga y feliz relación con el periodista y empresario Jean-Noël Tassez, quien por desgracia –pese a ser una década más joven que ella– falleció de cáncer en 2015. “Así que estos 10 últimos años han sido para aprender a vivir sola”, comparte. “Es bastante fuerte, llegar a esta etapa de la vida, descubrir cómo es tu propia soledad y hacer las paces con ella”.

¿Y ahora? “Ahora estoy casi siempre en París, vivo con mis gatos, cuento con un hombre maravilloso. *Une amitié amoureuse*, lo llaman ahora. Una especie de amistad amorosa”. Tomo nota. Le digo que, quizá, debería pensar en dejarme de novios. Asiente con ternura, y matiza: “Ya, pero tú eres todavía muy joven para eso, porque puedes vivir el amor con alguien y luego, con el tiempo, dejar que se transforme en una buena amistad. Y eso es precioso”, asegura. “No tener que necesitarlos de la misma manera que antes”. Continúa con ironía: “Ahora todo el mundo es 10 años más joven”. De nuevo, corta el rollo: “Los 60 son divertidos, pero los 70 son duros, te lo advierto. Me los pasé trabajando muchísimo para llegar a un punto en el que, si solo me quedan, pongamos, otros diez años, que es muy factible, los pueda disfrutar plenamente. Y no tener que seguir haciendo todo ese esfuerzo que he necesitado desempeñar durante tanto tiempo para salir adelante. Hablar claro, escribir mis cosas, llorar, gritar, sonreír, charlar, tener conversaciones interesantes... De eso quiero vivir ahora”.

La serenidad domina el ambiente cuando los camareros se acercan con la cuenta. “Veinte años no es tanto tiempo”, dice, evaluando lo que le queda por delante, con la longevidad centenaria de su padre en mente. “Hay que cuidar la salud al máximo, porque eso es lo principal, y luego simplemente ir a por ello y esperar que todo fluya. Siento que las recompensas me están llegando ahora y que, incluso si caigo enferma o tengo cáncer, o lo que sea que me toque, creo que podré disfrutar bastante de la vida. Siento que me lo merezco. Siento que me lo he currado...”. De despedida, me regala una sonrisa: “Pues bien, así estoy ahora. Ya que lo preguntas”.

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Chaqueta de cuero y pantalón de sarga, ambos de PHOEBE PHILO; *y jersey de cuello vuelto, de* JOHN SMEDLEY.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Chaqueta de pelo, de GUCCI*; y falda de cuero y zapatos, todo de* SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Chaqueta de lana, cinturón de cuero y vaqueros, todo de CHLOÉ; *jersey de* JOHN SMEDLEY; *y gafas de sol de* BALENCIAGA.

Peluquería: Tom Wright. Maquillaje: Thom Walker. Manicura: Chisato Yamamoto. 'Set design': Suzanne Beirne. Costurera: Della George. Producción: Rosie Cartwright. Retoque digital: Pardon My French.

Revistas.PeruRadio.net.pe

RENDIRSE A LA INTUICIÓN

Trotamundos, mística y libre, la artista BEA BONAFINI *ha construido un personal universo creativo en el que el color, la experimentación y una cierta dosis de caos actúan como guías para volver a conectar con uno mismo. Fotografía* CÉSAR SEGARRA. *Estilismo* JÈSS MONTERDE. *Por* CECILIA CASERO.

Cuando has vivido en muchos sitios diferentes parece claro que el apego pasa a ser una emoción relativa que, en vez de construirse en torno a un lugar geográfico, se levanta sobre conexiones que trascienden lo material. Además de en su ciudad natal, Bonn, la artista Bea Bonafini (1990) ha residido en Perth, Roma, Dublín, Bratislava, Londres, París, Atenas, Malta y Barcelona, así que es fácil intuir que se mueve por el mundo ligera de equipaje y que trabaja las raíces más como una herramienta de liberación que de anclaje. En el momento en el que se realiza esta entrevista, la alemana se encuentra ultimando los detalles de una exposición en Valencia –de nuevo la itinerancia por delante–, la primera individual en nuestro país, y que planifica desde su estudio situado en el barrio de Sant Antoni, en la Ciudad Condal, donde se mudó a finales de 2022. La muestra, bautizada con el nombre de *Intangible*, se puede visitar desde el 22 de marzo en la Galería Vangar y es un compendio de las obsesiones actuales de la artista. "Se trata de una selección de obras que abarcan un par de años. Hice muchas de ellas después de mi primer viaje a Japón y también coincidió con mi embarazo, así que creo que será una exposición muy bonita, con mucha ternura. En la tradición japonesa, en el sintoísmo, existe esta idea del Tao: ir por los caminos que marca la naturaleza, no resistirse a la dirección hacia la que esta se mueve, sino fluir con esos movimientos. Creo que está muy conectado con las piezas que se van a exponer, porque son una invitación a reflexionar sobre la cadencia de la vida: el nacimiento y la muerte, las transiciones y también la trascendencia. El flujo de energía determina la composición de las obras, hay una idea de ligereza, de no oponerse a las cosas, sino de permitir que estas ocurran", explica al hilo de lo que podrá verse en la capital del Turia.

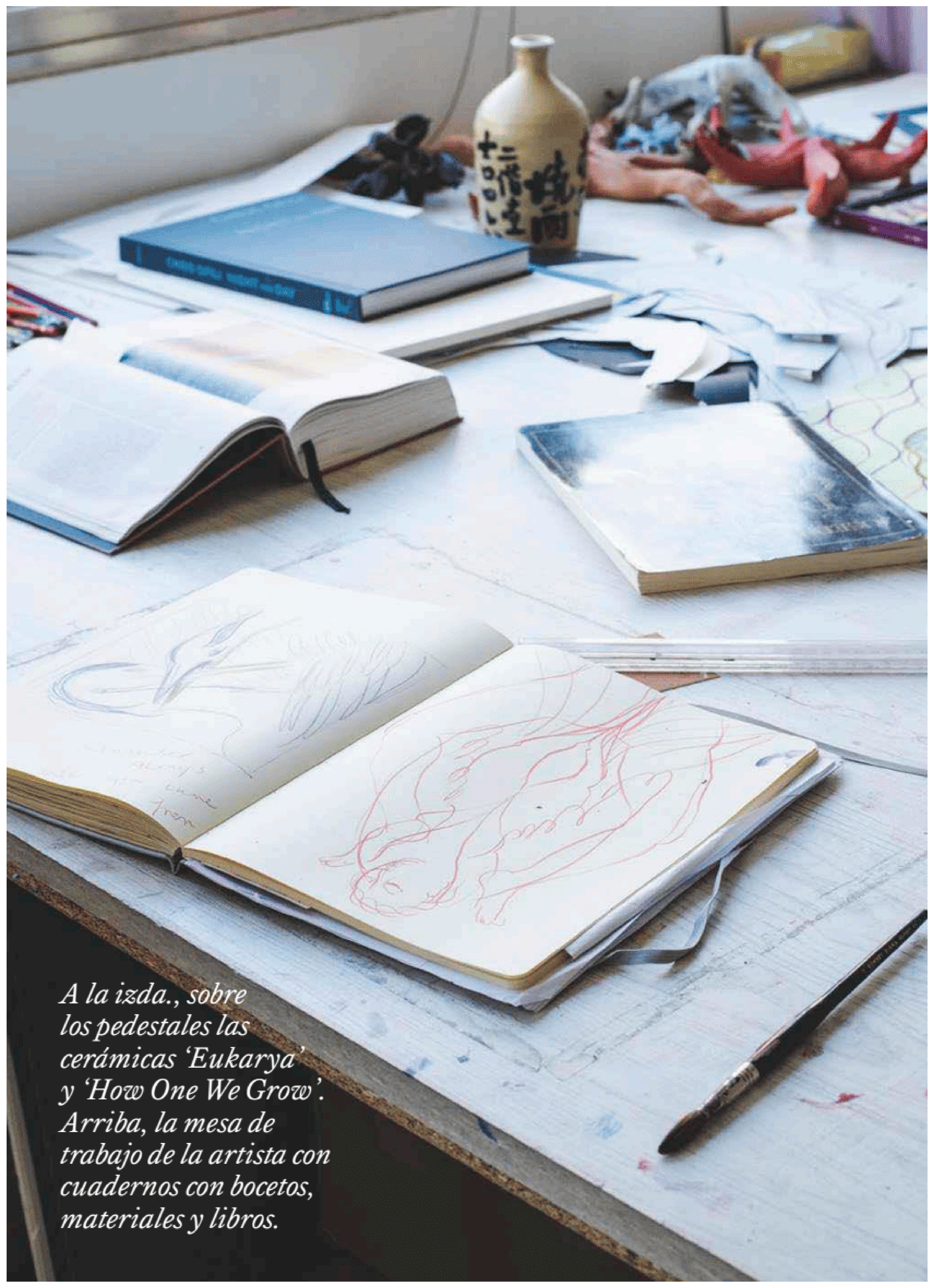
Revistas.PeruRadio.net.pe



Bea Bonafini lleva vestido y pantalón, ambos de GANNI*; zapatos de* HEREU*; y sus propias joyas. Detrás de la artista, el tapiz '4'.*

RevistasPeruRadio.net.pe





A la izda., sobre los pedestales las cerámicas 'Eukarya' y 'How One We Grow'. Arriba, la mesa de trabajo de la artista con cuadernos con bocetos, materiales y libros.

Además del influjo de la cultura nipona hay un libro, *Mujeres que corren con los lobos* (Clarissa Pinkola Estés, 1992), que tiene un peso muy determinante en la muestra. "Yo recurro mucho a la mitología porque, para mí, es una especie de guía. Creo que los mitos clásicos pueden transformarse en narrativas contemporáneas, hay algo atemporal en todos ellos. El título de Pinkola explora los arquetipos femeninos y pone de manifiesto el poder de transformación de las mujeres y la fluidez de nuestros cuerpos. Y eso también forma parte de la exposición", concede Bonafini.

Todas las pinturas que formarán parte de la cita están realizadas en textiles de corcho que posteriormente se han montado sobre madera tallada, una mezcla de técnicas y materiales que conecta con el carácter multidisciplinar que siempre ha cultivado la creadora y que germinó en su época de estudiante de Bellas Artes en Londres. "Es un lugar lleno de posibilidades, pero también hay mucha hostilidad. Allí aprendí que ser artista también era un acto de rebeldía, porque significa no adherirse a las reglas, a las convenciones ni a las expectativas. Así que fue una etapa de aprendizaje, primero por la ciudad en sí misma, pero también por las escuelas de arte, porque siempre te obligaban a elegir una categoría cerrada: pintura, escultura o vídeo. Y para mí eso era bastante reduccionista. Pensaba: 'Estoy en pintura, pero no quiero trabajar sobre un lienzo, voy a cambiar el formato' o 'voy a hacer *performance*, pero en otro espacio y de otra manera'. Había reglas pero yo quería romperlas", recuerda. Fue allí donde empezó a coquetear con la hibridación, al principio como manifiesto de resistencia, pero después como un lugar desde el que encontrar un nuevo lenguaje creativo. "Probé y experimenté mucho con la *performance*, empecé a trabajar con pintura sobre el cuerpo y con textiles. Estos últimos me permitían acercarme a la creación de una manera mucho más libre. Todo el mundo tiene una relación con los tejidos, pero no necesariamente con la pintura, así que era algo mucho más lúdico, democrático y abierto. De ese modo estaba transitando entre el vestuario, la escultura y la pintura: el textil podía ser todo eso a la vez", reconoce sobre el arranque de su idilio con uno de sus materiales predilectos que, históricamente, siempre se ha asociado a la práctica artística de las mujeres por su accesibilidad y su vínculo con el entorno doméstico, pero que gracias al trabajo de creadoras como Sheila Hicks o Louise Bourgeois, entre muchas otras, se elevó al mismo nivel que otros elementos considerados más masculinos –y legitimados– en el mundo del arte. "Yo trabajaba con textiles en un entorno muy dominado por la pintura, especialmente en la escuela de arte. Decidí usar un material blando, que mostrara sus vulnerabilidades y con el que pudiera jugar. Y también sentía que así podía tejer un vínculo con esas mujeres que encontraron su sitio en el arte a través de él", explica Bonafini. Y añade: "Creo que lo maravilloso y sorprendente de los tejidos es que cada artista los utiliza de forma diferente. En la pintura el formato siempre es el mismo y a veces es difícil desarrollar un sentimiento de pertenencia con esta disciplina por el peso de todos esos pintores hombres que han construido el relato de la historia del arte durante cientos y cientos de años. En

> ***"En Londres aprendí que ser artista era un acto de* REBELDÍA, *porque significa no adherirse a las convenciones ni a las* EXPECTATIVAS".**

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta imagen, distintas pruebas con cerámica y restos de tejidos.



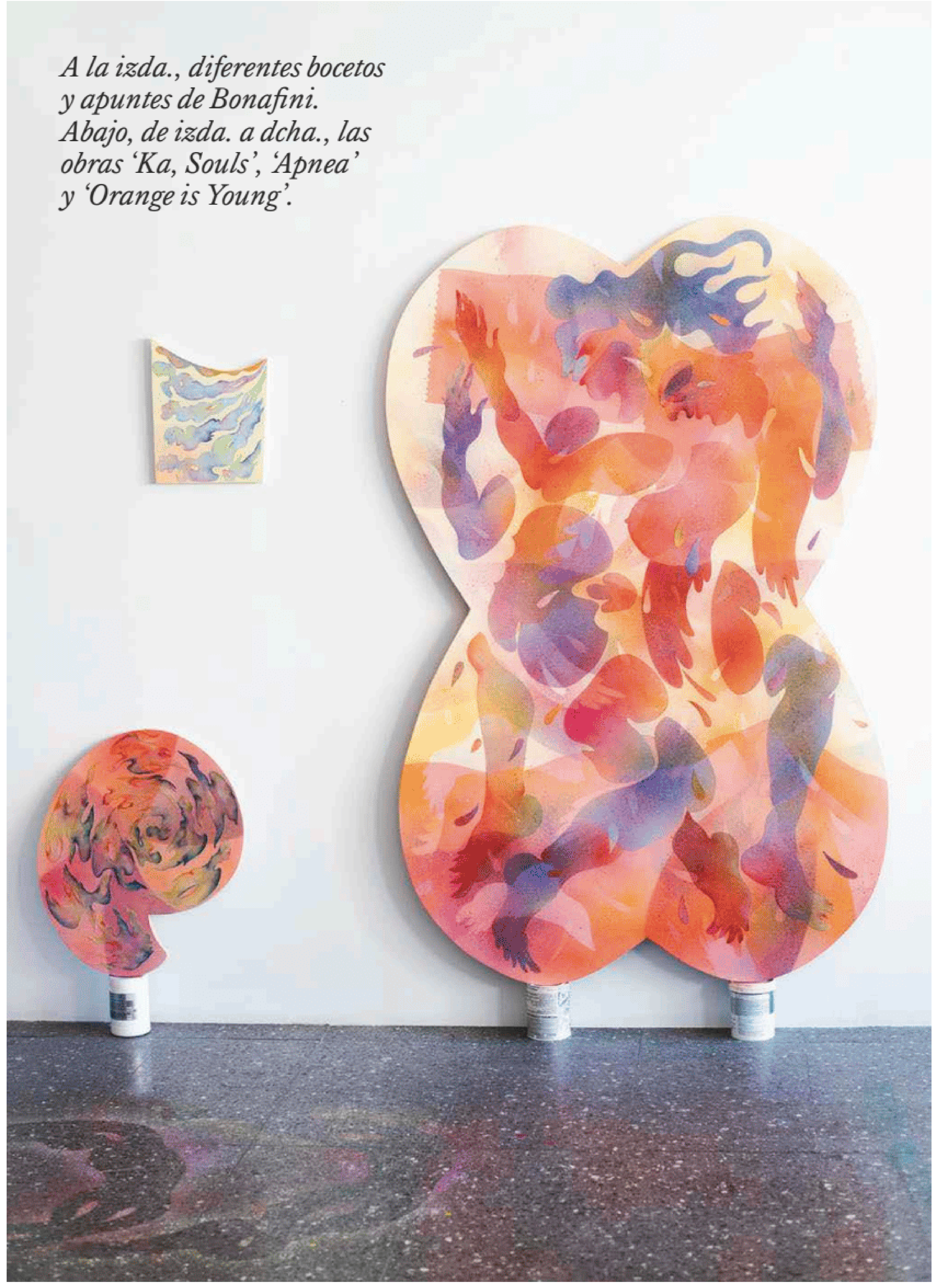
Revistas.PeruRadio.net.pe



En la página anterior, distintas piezas de la obra 'Restos de Sueño', realizada en cerámica. En esta página, Bonafini con top y pantalones, ambos de GIORGIO ARMANI; *zapatos de* EMPORIO ARMANI; *y sus propias joyas. En el suelo y en la pared, tapices preparatorios para obras posteriores.*

Revistas.PeriodicosNet.pe





A la izda., diferentes bocetos y apuntes de Bonafini. Abajo, de izda. a dcha., las obras 'Ka, Souls', 'Apnea' y 'Orange is Young'.

cambio, los textiles se sienten mucho más frescos, lúdicos, vivos e innovadores, y no tienen esa fuerte carga detrás", reflexiona.

Ese carácter desprejuiciado respecto a los procesos y los cuerpos de trabajo la ha llevado, irremediablemente, a introducir la investigación en el centro de su práctica porque es ahí donde se sientan las bases de sus obras. "Es lo más importante de mi proceso creativo. Siempre me tomo un tiempo para experimentar y probar nuevas técnicas. Viajo mucho y he hecho muchas residencias artísticas. Lo maravilloso de ellas es que no soy solo una turista de paso, sino que puedo pasar tiempo de verdad en los museos que hay en ese lugar, y para mí son importantes porque son espacios de estudio y observación. Una vez que empiezo a desarrollar un nuevo lenguaje a través de un material o de un proceso que no había explorado hasta entonces, me paro a mirar cómo se ha hecho antes y a incorporar tecnologías más sofisticadas. Es como jugar en la oscuridad, así aparece lo inesperado", concede. Ese incansable espíritu de investigación la ha llevado a desarrollar técnicas propias, ya sea jugar con el *jacquard* para realizar tapices en los que los hilos queden sueltos, creando relieve, brillo y contrastes, como los que presentará próximamente en una exposición individual en Berlín; o un sistema inspirado en los exquisitos suelos de mármol de las catedrales italianas que mezcla materiales industriales con procesos artesanales de taracea [técnica artesanal de incrustación] para producir tapicería. Estos experimentos permiten a Bonafini encontrar espacios de conexión entre la manufactura y el arte, un territorio en el que se siente verdaderamente cómoda.

"He vivido en muchos sitios pero el* MEDITERRÁNEO *es mi hogar, así que sentía Barcelona como mi casa antes de mudarme".

La última parada –al menos, hasta el momento– del largo periplo geográfico que la artista lleva a sus espaldas es Barcelona, la ciudad donde se ha establecido desde hace algo más de tres años. "Llevaba doce años viviendo en Londres y estaba en un momento de transición. De repente conocí a alguien que vivía entre Túnez y Roma –donde ambos tenemos familia– y me enamoré. Queríamos empezar una aventura juntos en algún lugar donde la calidad de vida fuese mejor, que pudiera ofrecernos nuevas emociones. He vivido en muchos sitios del mundo pero el Mediterráneo es mi hogar, así que sentía Barcelona como mi casa aunque nunca hubiera vivido aquí antes. Es una ciudad muy amable, multicultural –algo muy importante para mí viniendo de Londres–, y creo que es un lugar que piensa mucho en el bienestar de sus habitantes a diferencia de otros sitios en los que he estado antes", resume.

Con independencia del tiempo que se quede en ella, la capital catalana ya forma parte del mapa sentimental de Bonafini porque ha sido el lugar en el que ha sido madre por primera vez, una circunstancia que, como no podía ser de otra forma, ha impactado mucho en la manera en la que enfoca su obra en este momento. "Inevitablemente la maternidad me conectó con mi cuerpo. Creo que también me ha hecho mucho más consciente del linaje, de la sucesión de generaciones de la que todos formamos parte. El trabajo que estoy produciendo ahora tiene mucho que ver con el amor y los cuidados, que son parte fundamental de cómo encontramos la cordura y de cómo podemos existir de una manera sana y completa". Ella, desde luego, ha encontrado la suya.

Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta imagen, colgados en la pared, tapices experimentales de la artista y varios libros de consulta.

Peluquería y maquillaje: Yurema Villa (Kasteel Artist Management) para Kérastase y Guerlain.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ALTAS DOSIS DE AMISTAD Y DOPAMINA

Tras haber superado los cinco millones de libros vendidos en español, ELÍSABET BENAVENT *vuelve con 'Una niña buena', la novela que contiene todo lo que para ella debe ser la* NUEVA FICCIÓN ROMÁNTICA: *sana, comprometida con la mujer actual y profundamente adictiva.*
Fotografía SILVIA DE LA ROSA.
Estilismo MARTA BAJO.
Por EVA BLANCO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



La escritora Elísabet Benavent luce camisa y americana, ambas de BOTTEGA VENETA; *pantalones de* NOISY MAY *en* ZALANDO; *zapatos de* PINKCHIC GUAGUA; *y pendientes de* SIMUERO.

Revistas.PeruMedia.net.pe

Hubo un tiempo en el que Lola Consuegra, la propietaria de la librería El faro de Lola (Murcia) –un punto cultural caliente de la ciudad, a pesar de su breve andadura–, se levantaba a las seis y media de la mañana si era necesario para hacer cola en una firma de libros de Elísabet Benavent. Ahora, está a punto de cerrarse el círculo, ya que la popularísima autora de la saga *Valeria* estará esta primavera firmando su nueva novela, *Una niña buena* (SUMA; a la venta el 14 de abril), en el establecimiento de la joven murciana. La parada es parte de la ambiciosa gira promocional, a escala nacional, que implica un lanzamiento de tal envergadura que cuenta con 140.000 ejemplares impresos en su primera edición. "Es un sueño cumplido para mí, porque la llevo leyendo desde los 16 años... ¡cuando la vea entrar, me moriré allí mismo!", exclama y ríe Consuegra, que parece tener muy claro dónde reside el fervor que despierta la producción de Benavent. "Estamos muy acostumbradas a relacionar el romance con lo idílico y lo peliculero, y lo que caracteriza a Elísabet son sus historias reales, supercotidianas, con las que es muy fácil sentirse identificada", comenta emocionada, ante la aprobación gestual de Sandra López-Barrantes, jefa de Producto de Ficción de Casa del Libro, y de Cristina Francés, de la histórica Librería Francés de Benidorm.

"Aunque su lectora habitual se sitúe entre los veinte y los treinta, no nos podemos olvidar de ese público que ha llegado a ella a través de las adaptaciones audiovisuales de Netflix", interviene López-Barrantes y continúa: "Hemos sido muchas las que, superando esa franja de edad, la hemos podido descubrir por la serie de *Valeria*, la película *Fuimos canciones* o la miniserie de *Un cuento perfecto,* lo que nos ha llevado a querer seguir buceando en muchas de sus otras novelas. A mí, por ejemplo, el libro que más me ha llenado es el de *Todas esas cosas que te diré mañana* (2022). Se lo he comentado a la propia Elísabet y le ha resultado llamativo, porque es un título que quizá no ha calado tanto en su fan habitual", revela. Y Cristina Francés, que la ha estado escuchando con interés, matiza: "Me atrevería a decir, o al menos así ocurre en mi librería, que el rango de edad alcanza perfectamente a las mujeres de cincuenta. La prueba son todas mis amigas, que están locas con ella. Es normal, es muy divertida y muy ágil a la hora de escribir. ¡Te lleva, te lleva, te lleva!", comenta entre risas.

Las tres mujeres que charlan tan animadamente forman parte del grupo de 47 libreros que el pasado 17 de marzo se dio cita en el restaurante madrileño Museo Chicote en una comida organizada por Penguin Random House. Una ocasión especial en la que la propia Benavent pudo presentar en persona su nueva novela y mantener con cada invitado un breve *tête-à-tête* en un simbólico agradecimiento por su contribución al impresionante hito alcanzado por la valenciana: en 2025, la autora superó los cinco millones de libros vendidos en español.

Dos horas antes del encuentro, sentada en el Café Comercial, uno de sus lugares favoritos de Madrid, Elísabet Benavent (Valencia, 1984) no le resta importancia a la hazaña, pero tampoco parece terminar de asumirla del todo. "Es un concepto un poco abstracto. Estoy muy feliz, muy abrumada. Y, en el fondo, no sé qué significa. Estoy muy obsesionada con la idea de que sé dónde estoy hoy, pero no sé dónde voy a estar mañana. Es un alivio que me vaya bien, pero tampoco quiero que una cifra se convierta en el centro de mi carrera. Es increíble que haya un conjunto de personas que han ido en cinco millones de ocasiones a comprar mis libros. Sobre todo, porque esa gente te está dedicando una cosa que no se puede devolver, que es el tiempo. Pero es un dato que prefiero no aterrizar. El ego es un animal al que, cuanto más le das de comer, más hambre tiene. Tienes que alimentarlo, porque forma parte de tu identidad. Pero tienes que darle lo justito para pasar el día", reflexiona la autora, conocida en redes sociales por el apodo Betacoqueta [el nombre se lo pusieron sus amigas; Beta viene de Elísabet; Coqueta responde a su interés por la moda, la belleza y el maquillaje].

Cuando se le pregunta qué percepción tiene de su propia dimensión como figura pública –o, en otras palabras, cómo de famosa es– Benavent no puede evitar ponerse un poco a la defensiva y echar mano del humor. "No tengo ni la más remota idea. Yo soy una persona que trabaja en pijama, mal peinada en su casa. Y ese es el concepto con el que más cómoda me encuentro (ríe). No siento que yo sea famosa, sino que alguno de mis libros se ha hecho famoso. Tampoco tengo ningunas ganas de serlo. Es una presión que no va conmigo. Lo paso fatal cuando tengo que hacerme fotos o cuando sé que voy a estar sobreexpuesta en giras de firmas o en entrevistas. Soy una persona tímida, que no introvertida. Supero mi timidez siendo extrovertida. Pero tengo mis miedos y me pasan factura", ahonda.

Está claro que la protagonista de su nueva novela, Júlia Casanovas, una joven actriz cuya carrera artística se ha visto prematuramente truncada, ha heredado algo de esa naturaleza cálida y humilde que transmite Elísabet. En *Una niña buena,* Casanovas se sitúa en el centro de un efervescente triángulo amoroso que le hará plantearse dónde reside el verdadero afecto, si en una historia postadolescente, ardiente pero inconclusa, o en una propuesta *a priori* menos "mágica" (en términos elisabetianos), pero sólida y con vocación de hogar. Los dos contendientes, por qué no decirlo, son apetecibles de contemplar, y la narración está aderezada con frecuentes episodios sexuales ("¡Te lleva, te lleva, te lleva!").

"He reflexionado mucho sobre la responsabilidad que tiene la ficción romántica en la idealización del amor, que es un concepto bastante peligroso porque glamuriza un montón de aspectos que no son nada acertados. Me refiero a clichés como 'un hombre cambia por amor'. No, nadie cambia por amor. Uno cambia si quiere cambiar y lo hace para sí mismo", introduce la autora y prosigue: "Ese juego del hombre emocionalmente inaccesible que se va a redimir por ti ha alimentado la narrativa durante muchísimos años, *mea culpa* también, porque *Valeria* es uno de estos ejemplos, pero en todos los años que han pasado desde entonces [la exitosa saga, que supuso su debut editorial, se publicó en 2013] me he dado cuenta de que creía en un macrorromanticismo y, en realidad, lo que es de verdad romántico es el microrromanticismo: que se acuerden de comprarte algo que te gusta cuando van al supermercado, que te dediquen un *post-it* en la nevera o que te llamen por teléfono para ver si te ha sonado el despertador. Un montón de cosas pequeñas que alimentan el día a día".

En esta evolución crítica de su visión, Benavent le otorga ahora un lugar prioritario a la tranquilidad de espíritu. "Pensamos que el amor son estos altibajos superintensos, y el amor es estar en paz. La felicidad, en general, es estar en paz", comparte, a la par que revela que el cambio consciente en su forma de plantear sus novelas llegó a partir de *Un cuento perfecto* (SUMA, 2020). "Con la salida de este libro en plena pandemia, nos llega una generación de lectores mucho más joven. No sé por qué, puede que fuera una mezcla del confinamiento y el efecto TikTok. Lo vi al año siguiente en las firmas. Yo no soy educadora social ni soy madre, pero entonces fue

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: CARMEN DE JUAN (ANOTHER AGENCY) PARA DIOR BEAUTY Y GHD. AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: DIEGO QUINTANA. AYUDANTES DE ESTILISMO: ELISA MARTÍNEZ Y AMALIA ALDANONDO. AGRADECIMIENTO: SNAKE BAR.

Revistas.PeruRadio.net.pe





Camisa Vinci de BIMANI; *pendientes de* SIMUERO; *y anillo de la escritora.*





Revistas.PeruRadio.net.pe

“No he escrito nunca para que me den una palmadita en la espalda y me digan que soy una grande de las letras.[...] Yo quiero ENTRETENER. *No quiero cambiarle la vida a nadie”.*

minos. No en vano, la crisis de la mediana edad y las amigas como tabla de salvación cuando todo lo demás se desmorona aparecen de forma reiterada en la prosa de Benavent.

“Me sigue interesando un montón el tema de la mujer en los treinta. Hay aún mucho que decir al respecto”, dice con evidente arrebato. “En esa década, estamos bombardeadas por un montón de obligaciones. ‘¿Quieres ser madre? Pues date prisa porque se te pasa el arroz’. ‘¿Quieres tener éxito profesional? Pues invierte en tu carrera y tómate en serio tu trabajo’. A la vez, tienes que tener una casa. Pero no una cualquiera, una instagrameable. Y, por supuesto, pareja, porque una mujer soltera en los treinta es una ‘fracasada’. Tenemos toda esa presión de género sobre nosotras cuando, en realidad, estamos intentando sobrevivir en un mundo cada vez más precario y en el que las relaciones cada vez son más líquidas”, reflexiona y sentencia: “Lo que nos salva es esa red de seguridad que constituyen nuestras amigas. ¿Por qué están de moda las ‘banderas rojas’? Porque en los espacios de discusión y de diálogo que hemos creado entre nosotras para compartir sin ambages nues-



tras vivencias es más fácil adquirir conciencia de nuestra propia realidad. El ya clásico: ‘Amiga, date cuenta’. Ese es el gran amor”.

En este contexto, no es de extrañar que la autora haya querido explorar el síndrome de la chica o niña buena, un concepto que, en tiempos recientes, ha empezado a cobrar relevancia en la conversación terapéutica. “En nuestra generación, a las mujeres a veces se nos ha enseñado a no poner límites a los demás para contentarlos. Y ahí es donde está el problema. No hay nada malo *per se* en querer satisfacer las expectativas de aquellos a quienes queremos, de la misma manera que esas personas querrán tu bien y tu felicidad. El conflicto se da cuando esas expectativas ajenas prevalecen siempre ante las propias”, comenta. “Doy gracias porque mis padres nos hayan educado en la idea de una independencia sana, de que el amor no debe partir de la necesidad, sino de la elección. Y, aun así, me ha costado, porque no solo es lo que bebes en casa, sino lo que espera de ti una sociedad que nos insta a que pongamos nuestra mejor cara. Que hagamos muy bien nuestro trabajo dentro de casa, pero también fuera de ella. Este tema me parece delicadísimo, yo no soy madre porque así lo he escogido tras una decisión muy

más evidente que nunca para mí la importancia de dibujar los contornos de lo sano en una relación. No romantizar los celos ni la posesividad. Durante años, parecía deseable que alguien te dijera: ‘Eres mía’. Dios, qué horror. Yo también he soportado un montón de cosas que, ahora, cuando echo la mirada hacia atrás, me hacen preguntarme: ‘¿Cómo no mandé esto muchísimo antes a la mierda?’”.

Precisamente por ese bagaje sentimental, la valenciana ha querido poner el foco en su nueva novela en la búsqueda personal que atraviesa su protagonista, la citada Júlia Casanovas, una mujer que se ha instalado hace poco en la treintena y que arrastra consigo un profundo trauma consecuencia de haber crecido bajo el ala de una madre narcisista, controladora e imposible de satisfacer, en un ambiente familiar extractivo que, además, la ha despojado de las ganancias de sus sacrificados años como actriz. Cuando un improbable giro de guion hace que Casanovas tenga la oportunidad de volver a ponerse ante las cámaras –y de mudarse una temporadita a León, capital de múltiples encantos artísticos y gastronómicos–, el instinto le dice que está ante un momento definitorio para asentar su autonomía y comenzar a vivir en sus propios tér-

Revistas.PeruRadio.net.pe

meditada, pero, al margen de mis razones, observo que el hecho de tener hijos sigue pesando más para la mujer, cuando las elecciones tomadas en pareja se deberían secundar al 50 % por ambas partes”.

Aunque la definición personal del éxito que maneja la escritora –y que cimenta su nuevo texto– es la de no querer estar en ninguna otra parte ni ser otra persona, es evidente que, haber entrado al olimpo de los autores superventas y acumular contratos con Netflix [este 2026 la plataforma estrenará la cuarta adaptación que realizan de la bibliografía de Benavent, *Toda la verdad de mis mentiras*] también tiene unas bondades materiales –unas bondades que, de hecho, le han posibilitado nutrir su pasión por la moda–.

“Siempre me ha incomodado un montón hablar de dinero”, introduce. “Vengo de una familia de clase media-baja. Trabajadora. Me compraba *Vogue* con mi paga, que tampoco daba para mucho, y siempre era un espacio muy aspiracional. Siguen estando los recortes en el corcho que tengo en casa de mis padres. Jamás pensé, mientras crecía, que podría acceder a ciertas cosas de moda. Es verdad que con el dinero siempre he sido bastante responsable, son mis prioridades económicas que, al principio, claro, pasaban por asegurarme una vivienda”, ahonda.

Al salir del Café Comercial y emprender el camino al cercano edificio en el que se aloja Penguin Random House –donde, antes de acudir a la comida con libreros, Benavent repasará detalles de la gira de firmas que va a hacer por al menos 13 ciudades de la geografía española–, se da una interrupción. Un camarero sale corriendo del restaurante hasta dar alcance a la autora. Lleva un ejemplar de uno de sus libros en la mano y le explica que una compañera que la admira lo ha dejado allí por si en algún momento aparecía [acude con frecuencia] y se lo dedicaba. Ella accede encantada. Su editora, Ana Lozano, que ha estado presente en la charla, apunta divertida: “Esto nos pasa todo el rato”.

Más allá del alcance de masas que tiene su obra, Benavent siempre ha tenido que lidiar con una incómoda sombra que se cierne sobre sus libros, la de los críticos que aseguran que su producción no es lo bastante cualitativa como para ser descrita como literatura. “Si te digo la verdad, tampoco he escrito nunca para que



Las portadas, por orden cronológico, de las 23 novelas publicadas por Elísabet Benavent hasta la fecha. ‘Una niña buena’ (Suma, 2026), aterrizó en librerías el pasado 14 de abril.

porque no se me olvida de dónde vengo. Cuando me he permitido caprichos, lo he hecho con bastante remordimiento de conciencia (ríe). Pero sí, soy una coleccionista. Tengo muchos bolsos, eso es verdad. Estoy bastante obsesionada con algunos modelos: el Sac De Jour de Saint Laurent lo tengo en muchos colores; amo con toda mi alma un Boy de Chanel de edición limitada que adquirí hace años y un Miu Miu Matelassé que me compré cuando salió la bilogía de *Sofía*. También me gustan muchísimo los zapatos. Soy una friki de hormas. Entre mis favoritos están los Love de Jimmy Choo. Compro mucho de segunda mano, a través de plataformas que te aseguran la autenticidad. A la moda se la frivoliza mucho, pero, para mí, es una expresión artística. Está ahí para jugar, para divertirse. Tiene una dimensión muy lúdica”.

Dicho lo anterior, la autora se ve impelida a hacer una aclaración. “Creo mucho en que mi bonanza no me haga olvidar mi conciencia de clase. Soy muy consciente del privilegio que supone mi situación actual y quiero tener mucha cabeza a la hora de hacer gastos. Me concedo estos lujos que pensé que no me iba a poder conceder nunca, pero siendo siempre muy consciente de cuáles me den una palmadita en la espalda y que me digan que soy una grande de las letras. Admiro mucho a un montón de escritores a los que no aspiro a igualarme ni de coña. No escribo por eso. Ahora, ¿me molesta que se diga que lo mío no es literatura? Me molesta que me traten con paternalismo en el sector o que se trate mal a la lectora del género romántico. Es irritante. Pero no es una cosa en la que piense a menudo, porque como no aspiro a que ningún crítico me dedique unas palabras estupendas, pues me da un poco igual”, ríe poco afectada.

Al final, considera, el lector es soberano. “Nadie es quien para imponer qué se debe leer. Siempre me ha parecido que lo importante es que la gente lea. Y no por una cuestión de esnobismo, sino porque me parece una cosa divertida que te hace ampliar tus horizontes. No es algo que te haga mejor que ninguna otra persona, pero probablemente te hace mejor que tu yo de antes. Yo quiero entretener. No quiero cambiarle la vida a nadie. Por otro lado, no sé quién ha dibujado los límites del término literatura, pero a mí me parece superatrevido ponerle puertas al campo. Cada libro vive de una manera diferente dentro de cada lector”, concluye sonriente.

Revistas.PeruRadio.net.pe



La modelo Amelia Gray lleva abrigo de STELLA McCARTNEY; *vestido lencero de* VICTORIA BECKHAM; *calcetines de* ALO; *antifaz de* CLEMENTINE SLEEPWEAR; *y conejito de peluche, de* JELLYCAT.

Revistas.PeruRadio.net.pe



El día DESPUÉS

Es la jornada posterior a la Gala del Met, en el Hotel Mark de Manhattan, y no hay compromisos. Hora de tomar un café, pedir al SERVICIO DE HABITACIONES, *repasar lo que pasó anoche, sin prisas, y terminar con una buena* FIESTA DE PIJAMAS. *Fotografía* SEBASTIÁN FAENA. *Estilismo* TABITHA SIMMONS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Sora Choi lleva vestido y almohada, ambos de SIMONE ROCHA; *sujetador de* FLEUR DU MAL; *antifaz de* CLEMENTINE SLEEPWEAR; *zapatos de* BODE; *y joyas de* TIFFANY & CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Abby Champion lleva
'total look' de ERDEM.

Revistas.PeruRadio.net.pe



De izda. a dcha., Bhavitha Mandava, con vestido de TORY BURCH; *y Amelia Gray, con abrigo de* STELLA McCARTNEY; *vestido lencero de* VICTORIA BECKHAM; *y calcetines de* ALO.


Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Sobre estas líneas, Bibi Breslin lleva chaqueta de ALEXANDER McQUEEN; *top y falda, ambos de* MAX MARA; *bolso de* JIMMY CHOO; *zapatillas de* LENYS WORLD; *y goma para el pelo, de* CLEMENTINE SLEEPWEAR. *A la derecha, Paloma Elsesser lleva bata de* GUCCI; *y collar de alta joyería con diamantes, de* CHOPARD.



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe



Bibi Breslin y Abby Champion, ambas con 'total looks' de PRADA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Abby Champion lleva camisón de CHLOÉ; *y zapatos de* REPETTO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Amelia Gray lleva gabardina y vestido, ambos de MAISON MARGIELA; *y bolso de* JIMMY CHOO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe





Arriba, Bhavitha Mandava, con 'look' de ERDEM; *zapatillas de* BODE; *y collar de* VAN CLEEF & ARPELS. *A la izquierda, Bibi Breslin, Abby Champion y Sora Choi, todas con pijamas de* DOLCE & GABBANA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Bibi Breslin luce vestido de LOUIS VUITTON; *antifaz de* CLEMENTINE SLEEPWEAR; *y peluche de* JELLYCAT.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Devyn García lleva vestido lencero y zapatos, todo de DIOR.

Peluquería: Roddi Walters. Maquillaje: Lisa Houghton. Manicura: Mamie Onishi. Producción: Petty Cash Productions. Atrezo: Robert Sumrell. Costurero: Matthew Neff para Carol Ai Studio Tailors. Localización: The Mark Hotel.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Buena PLANTA

Ya es primavera, y LOEWE *lo sabe. Su ya emblemática colección* PAULA'S IBIZA *florece de nuevo con especial atención a las siluetas fluidas, los materiales serenos y el trabajo* ARTESANAL.



Bolso regadera de rafia y piel de PAULA'S IBIZA LOEWE; *y tela de* LEE JOFA *de* KRAVET *en* GASTÓN Y DANIELA.

FOTO: SANTI SIERRA. ESTILISMO: MARTA BAJO.

Revistas.PeruRadio.net